

## Possibilidades de Comunicação em Romarias<sup>1</sup>

Weberson Ferreira DIAS<sup>2</sup>

Otacílio AMARAL FILHO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### RESUMO

A proposta deste artigo é abrir o leque de possibilidades de pesquisas em Comunicação em romarias, peregrinação de caráter religioso a lugares santos a fim de pagar e fazer promessas. Sendo assim, este pretende abrir portas para quem anseia, com os olhos na Comunicação, vislumbrar as inúmeras possibilidades que se abrem quando o objeto é uma manifestação popular, cultural e tradicional, que tem como pano de fundo, a religião. Com foco em vários elementos à luz da área, como a catarse, as correntes de transmissão do mito, a espetacularização e as mediações, propomos também o emprego da Metodologia Tripartite, proposta por Muniz Sodré que prevê a descrição, a interpretação e a análise crítica.

### PALAVRAS-CHAVE

Processo Comunicacional; Romaria; Religião.

### Introdução

Este artigo nasceu de nossa inquietação, enquanto aluno do Mestrado, em identificar em uma manifestação cultural, popular e, acima de tudo, religiosa, elementos que sejam do campo da Comunicação. No início da pesquisa, pensamos em trabalhar uma romaria<sup>4</sup>, em especial a Romaria de Nosso Senhor Jesus do Bonfim, de Natividade (TO) e observar nesta quais as diversas possibilidades comunicacionais que se fazem presentes durante o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluno do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia do PPGCOM-UFPA, email: [webersondias@gmail.com](mailto:webersondias@gmail.com).

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará – PPGCOM/UFPA, email: [otacilioamaralfilho@gmail.com](mailto:otacilioamaralfilho@gmail.com).

<sup>4</sup> Segundo Ferreira (1999), Romaria é sinônimo de peregrinação e designa uma reunião de devotos que participam de uma festa religiosa. Inicialmente, do latim a expressão “romaeu”, era usada para designar os que iam a Roma. Já o termo romeiro vem do grego “rhomaios”, e foi inicialmente utilizado no Império do Oriente aos peregrinos que iam à Terra Santa.

transcorrer da festa. A pesquisa nasceu no Projeto “Mídia Real”, coordenado pelo Professor Dr. Otacílio Amaral Filho.

Desse modo, pensar e compreender os processos comunicacionais que se estabelecem durante estes eventos religiosos é importante para identificar como os grupos se comunicam e de que forma se dá a comunicação grupal, individual e, por vezes, silenciosa. Assim, no curso de encontrar alguns subsídios que caracterizem ou identifiquem a festa como um meio comunicacional, elencamos algumas possibilidades que a colocam como fenômeno de análise no campo da Comunicação.

Park afirmava, já nos anos 70, que a Comunicação “é, se não idêntica, pelo menos indispensável ao processo cultural”, vendo ambas como conceitos suplementares (PARK, 1970, p. 59 *apud* SÁ, 1973, p. 91). Assim, reafirma:

Ora, se os estudiosos da cultura estão interessados nas relações de que resultam objetos materiais ou formas usuais e padronizadas de comportamento, se a inferência da cultura é feita através da observação de como a mesma se manifesta e se a manifestação da cultura só pode ser apreendida através da compreensão do significado simbólico de cada aspecto, então cultura e Comunicação são realidades inseparáveis (PARK, 1970, p. 59 *apud* SÁ, 1973, p. 92).

Portanto, nosso ponto de partida é o entendimento que toda manifestação cultural abriga em si uma forma de comunicação. Assim, partimos do pressuposto de que qualquer comunicação é também o momento de afinidades, uma sedução, um encontro de consciências, que está também, mas não somente nos aparatos midiáticos, mas além destes, em iconografias, no piscar de olhos, nos sentimentos compartilhados do grupo e em tantos “encontros” na festa.

### **Elementos Comunicacionais em Romarias**

Os primeiros elementos de comunicação que passamos a tratar e que podem ser observáveis na festa são os “arsenais simbólicos”, que segundo Marques de Melo (2010, p. 98) são os vocabulários próprios, composto pela emoção, pelas representações visuais (cruz, santo, fitas, etc) e pela fé, que a comunidade tem em mãos. Comprar e amarrar a fita no braço, levar o santo até o altar ou simplesmente pegar na cruz são formas dos romeiros demonstrarem respeito e amor por quem ou o quê está sendo rememorado.

Outro elemento de comunicação identificado são os “canais de mensagens”, reconhecidas representações religiosas e culturais, como a entrega de oferendas no altar, os muitos agradecimentos e o acompanhamento das atividades das romarias do início ao fim das celebrações religiosas. Elementos que por si só, possibilitam que o público e suas emoções e expectativas sejam refletidos na mensagem que carregam. As oferendas como uma forma de oferta, um presente ao santo. Os agradecimentos pelas graças alcançadas graças naquele ano. E o acompanhamento do evento, do primeiro ao último dia, refletem a fé arraigada no povo devoto. Elementos que emitem mensagens silenciosas, mas que também são uma forma de comunicação.

Ao tratar das formas evidentes de comunicação que são consideradas como “extensões instrumentais da palavra falada”, explica Sá (1973, p. 92), que “os grupos sociais engendram formas sutis para permitir a transmissão de mensagens entre pessoas e grupos”. Esses modos de expressão sutis podem ser observados nas gestualidades dos indivíduos no evento, constituídos dentro do que se convencionou chamar de Comunicação Não-verbal. Contrariando a linguística, Marcondes Filho (2004, p. 88) assinala, em relação ao que denomina como “comunicações extralinguísticas”, que nosso corpo ao se manifestar é sincero, ou seja, denuncia o que somos e o que queremos (p. 76), bem como “nos revela, nos trai” (p. 96). Diante do que denominou de “paradoxo da comunicação”, Marcondes Filho defende que a comunicação ultrapassa a linguagem estruturada e codificada da língua, que imobiliza o sentido, e se realiza “no silêncio, no contato dos corpos, nos olhares, nos ambientes” (p. 16). Assim como Marcondes Filho, Weil e Tompakow (2005, p. 93) nos remetem pensar o corpo como um grande “centro de informações”, cuja linguagem é a linguagem da vida. Para fazer o teste, basta observarmos o rosto dos devotos ao se dirigirem ao santo, ao assistirem as missas e ao participarem das procissões, comuns durante as manifestações religiosas públicas.

Por existir “mediações culturais extramidiáticas” (BRAGA, 2006, p. 61), Sodré (2013, p. 189) vai buscar nos regimes semióticos uma explicação para o regime indiciário, categorização que ele empresta aos “olhares, gestos e outras expressões paralinguísticas”. Nas romarias não raro esses modos de comunicação são perceptíveis. Comum entre os organizadores do evento quando “pisca” para os demais, para seguirem uma ordem coesa, os gestos para que o grupo siga na mesma direção, durante as procissões, ou do padre durante as missas, além dos materiais iconográficos, como as fitas amarradas às cruzes, os santos, as rosas e as velas.

## As Interações Sociais como Lugar da Comunicação

Se “as interações sociais são o lugar de ocorrência da Comunicação” (Braga, 2012, p. 26), as interações do homem consigo mesmo, com o “outro mundo” e entre o grupo também são fontes de pesquisas em Comunicação. Seguindo a mesma linha em pensar uma festa popular como uma forma de comunicação, Marques de Melo (2001, p. 115-116) identificou e categorizou três fluxos da área:

1. O fluxo de comunicação interpessoal, a festa como ativadora das relações humanas;
2. O fluxo de comunicação massiva, a festa enquanto mobilizadora das relações dos grupos primários e a coletividade, através das mediações tecnológicas;
3. E, por fim, o fluxo de intermediação comunicativa, produzindo a interação das comunicações interpessoais e massivas.

Através deste mapa de Marques de Melo, é possível traçar que quando há reunião de pessoas em um grupo, o momento é propício para novas interações sociais. Essas interações sociais oriundas da Vinculação Social do grupo, que são empreendidas por ações comunitaristas ou coletivas, animação cultural, atividade sindical e diálogos, que “deixam claro que Comunicação não se confina à atividade midiática” (SODRÉ, 2013, p. 233-234).

Outros autores também já observaram uma proximidade entre os termos relações sociais e mediações, que podem ser amplamente encontradas nas romarias. É o caso de Renato Ortiz: “O que Martín-Barbero denomina de ‘mediação’ se aproxima, em muito, do que denominamos muitas vezes de relações sociais e culturais” (ORTIZ, 1999, p. 73 *apud* MATOS et all, 2012, p. 111). A inferência de Ortiz se desenha com base nas categorizações das mediações comunicativas da cultura, propostas por Martín-Barbero. Um dos eixos dessa proposição é a sociabilidade, que “resulta dos modos e usos coletivos de Comunicação, isto é, de interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/contrahegemonia) com o poder” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.17).

Em relação ao debate das mediações, não é difícil emprendermos a afirmação de que a festa se desenha como elemento mediador, por ser o espaço propício para a visibilidade e a potencialização das manifestações do povo. Além disso, o santo também pode ser visto como um mediador entre Deus e o homem.

Se analisarmos de forma cuidadosa, perceberemos que as práticas sociais estão interligadas a evolução da mídia, cuja “nova forma de vida”, Muniz Sodré denomina de *Bios Midiático*. “O bios midiático é a resultante da evolução dos meios e de sua progressiva intersecção com formas de vida tradicionais”, portanto, a mídia não mais atravessa a sociedade, mas a tece, segundo o autor, que já não vê a mídia e a sociedade de modo estanque (SODRÉ, 2013, p. 238). Nas palavras de Sodré (2013, p.232-233), pensar em comunicação é também refletir sobre as práticas, relações e fatos socioculturais.

Mais que isso, é também nas romarias onde as relações humanas se afloram e o processo comunicacional, identificado por Vera França (2001, p. 15) como “algo vivo, dinâmico, instituidor – instituidor de sentidos e de relações; lugar não apenas onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente”, um “espaço de realização e renovação da cultura”.

### **A “Comunicação Religiosa”, a Catarse e o Mito**

Se pensarmos o ato comunicativo numa festa, evidenciamos que “qualquer comportamento é comunicativo, até o silêncio” (SÁ, 1973, p. 90). Marques de Melo já havia dado alguns passos na direção do que ele mesmo chamou de “modo ‘suplicante’ de Comunicação Religiosa”, excitada pelo agrupamento dos romeiros citado acima (portanto, pressupõe-se interação entre si e com o grupo), e configurada por “preces, rezas e discursos onde se acentuam a cândida sinceridade, a honesta súplica, a nobre humildade e naturalmente formidável promessa de renunciar ao mundo” (DaMATTA, 1994, p. 110 *apud* MARQUES DE MELO, 2010, p. 122). Aqui imagina-se as romarias na zona rural, onde o homem, geralmente castigado pela seca, suplica ao santo melhorias de vida, que podem representar chuva, êxito na plantação, na colheita e na criação de animais. Também cabe ressaltar que há durante as programações religiosas as novenas, com cantorias, reza do terço, preces, leitura da Bíblia e de orações ao santo.

Além dessa proposição, Marques de Melo apresenta outra ideia baseada nos escritos de Paulo Freire, para quem na religião do povo de Deus, há uma comunicação pautada “entre si” e “para cima”, no outro mundo, no plano sobrenatural (PAULO FREIRE, 1967 *apud* MARQUES DE MELO, 2010, p. 122). Durante as missas, o grupo de romeiros se

voltam para fazerem uma oração em silêncio. Neste momento, se estabelece uma comunicação vertical, onde o devoto crê que no céu o santo ouve suas orações.

É também durante as tradicionais romarias que ocorre o processo conhecido como *Catarse* (do grego, *Kátharsis*, “purificação” das paixões), inicialmente proposto por Aristóteles, que é a “descarga de tensões emocionais, experimentada pelos espectadores de uma representação” (RABAÇA e BARBOSA, 1987, p.118). Apropriando-nos do conceito de Aristóteles, podemos dizer que há uma probabilidade grande de participantes nas romarias, dada a aglomeração, o ambiente propício e o caráter religioso do evento, de, em alguns momentos, o público experimentar uma espécie de sentimento comum, que o faz chorar, sorrir, sentir o sobrenatural. O momento de suspensão é quando o grupo sente o clima e está sintonizado com o “outro mundo”, ainda que de forma momentânea.

Essa experiência tem prazo de validade. Se dá apenas quando ocorre uma espécie de identificação, que assemelha os indivíduos e os deixa ‘imersos’ neste movimento. Apesar dos envolvimento, a *Catarse*, após atingir seu ápice, se desfaz juntamente com o clima, que no caso das romarias é a devoção à imagem do santo, as peregrinações ao povoado, as “cantorias”, as novenas, as missas, aos dias de evento na comunidade, etc.

Além da *Catarse*, que é uma motivação para que as pessoas participem da festa, os muitos lugares ditos sagrados possuem o mito fundador, que é repassado de geração para geração através do processo comunicacional. A essa “transmissão” Rodrigues vai denominar de “cadeias de transmissão”, cuja rememoração tradicional é feita predominantemente através da comunicação oral dos “mitos fundadores originários”.

Segundo Rodrigues, a rememoração mítica permite, não só a transmissão dos inventos do passado:

Mas também a integração num todo coerente das inovações, quer se trate da integração de novos membros na comunidade dos homens, através dos processos de iniciação, quer se trate de integrar a invenção de novos instrumentos e utensílios técnicos, destinando-lhes de antemão um lugar e uma função, em ordem à preservação e ao desenvolvimento (RODRIGUES, 1994, p. 55-56).

Para assegurar a preservação da memória da celebração religiosa, o grupo tem a incumbência de transmitir a memória organizada e retida às novas gerações, bem como rememorar, repassar e atualizar essas narrativas míticas (RODRIGUES, 1994, p. 55).

Assim, o mito, a catarse e a espetacularização são alguns dos elementos que foram apontados nesta revisão teórica a afim de auxiliar os estudos de Comunicação sobre as manifestações populares.

### **Uma metodologia possível**

Assim como uma fundamentação teórica inicial, queremos também propor uma metodologia no campo da Comunicação, sugerida por Muniz Sodré. Assim, pesquisas em romarias podem também ser trabalhadas à luz da configuração Tripartite. Segundo Muniz Sodré (2007, p. 24-25), o modelo metodológico é o mais “adequado à Comunicação” e prevê três níveis: o primeiro nível de trabalho é a ‘descrição’. Nesta etapa, se tratando de romarias, faz-se necessário a descrição do evento, desde o primeiro ao último dia, de todas as movimentações e demais programações realizadas dentro daquelas.

A montagem lógica, que é a ‘interpretação’ das relações que se estabelecem, como uma etnologia é o segundo nível. Nesta fase, o pesquisador deve analisar os dados em mãos e interpretá-los à luz do campo clássico da análise social. O terceiro e o último nível, a “análise comparada”, uma “redescrição” dos grupos humanos, sendo este “propriamente comunicacional”, é uma análise crítica, onde o pesquisador pode fazer articulações argumentativas possíveis e comparar o objeto de análise com sistemas diferentes.

A escolha deste caminho metodológico se deu por entender a importância deste nas observações de romarias e eventos culturais e por também permitir a convocação do saber das disciplinas clássicas do pensamento social, “sem uma distinção epistemológica precisa frente ao discurso das outras ciências sociais e humanas”, nos dois primeiros níveis, e pela possibilidade uma análise “propriamente comunicacional” (SODRÉ, 2007, p. 24-25).

### **Considerações Finais**

Tanto a Comunicação Religiosa, promovida a partir da fé e convenção das pessoas que a religião proporciona, quanto a comunicação entre si e para cima, pensada a partir da relação do devoto com o “outro mundo”, são formas de comunicação que também se estabelecem durante as romarias. E que mesmo no silêncio, o devoto estabelece um processo de comunicação com o mundo sobrenatural. Talvez resuma todas essas proposições o que José Luiz Braga coloca em seu texto de 2011, publicado na Revista

Verso e Reverso, onde o autor assegura que o objeto da Comunicação é toda e qualquer “conversa” do espaço social. Braga é mais claro ao afirmar que

O termo “conversa” tem a vantagem de não se confundir com qualquer outro tipo de interação social. A expressão “conversar” chama a atenção imediatamente para o aspecto de troca comunicacional (ainda que o objeto de uma “conversa” possa ser de diversas naturezas – econômica, política, militar, científica, ou sensual). Os modos e objetivos específicos são deixados em segundo plano, e a palavra enfatiza a troca e o fato de que essa troca é uma Comunicação. Poderíamos assim dizer que o objetivo e o objeto do Campo de Estudos em Comunicação, de modo quase tautológico, é observar como a sociedade conversa com a sociedade (BRAGA, 2011, p.66).

Assim, concluímos que a sociedade que realiza as romarias está conversando com ela mesma, a partir de vários elementos de comunicação que são acionados.

Sobre as pesquisas do campo, não nos restam dúvidas de que há uma necessidade latente de aprofundar discussões acadêmicas a respeito de temas como Comunicação, religião, cultura, folclore e cotidianidade. Se a pesquisa está ou não no campo da Comunicação, para Vera França, “a especificidade vem do olhar, ou do viés, que permite vê-las e analisá-las enquanto comunicação, isto é, na sua natureza comunicativa” (FRANÇA, 2001, p. 05).

Os rituais, que são os resultados finais de uma preparação geralmente de anos, e que são o ápice da religiosidade de uma comunidade, preservam a memória das celebrações e nutrem “a vida, a fé e os sonhos” da população, geralmente rural (BRANDÃO, 1985, p. 134).

É sabido que durante as romarias, inúmeros processos de comunicação se estabelecem e se dão por meio de interações sociais, mediações, corrente de transmissão, Comunicação religiosa e Comunicação horizontal, graças também a necessidade sempre crescente de encontro pessoal dos grupos sociais e comunidades organizadas, pois é justamente na coletividade que há possibilidades de se estabelecer a Comunicação.

As importantes inferências dos pensadores, embora de linhas ideológicas por vezes discordantes, ora com pensamentos próximos como é o caso, nos conduz a pensar romarias como importantes meio de Comunicação, de quem participa para com o mundo, da Comunicação para seu próprio interior e dos diferentes olhares do mundo em relação aos romeiros.

## Referências bibliográficas

BARBOSA, Gustavo e RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. Ed. Ática, São Paulo, 1987.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BRAGA, José Luiz. **Interação como contexto de Referência**. In: Matrizes, ano 6, n.1, jul-dez, 2012.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do Campo da Comunicação**. In: Verso e Reverso, vol. XXV, n. 58, jan-abr, 2011.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Memória do Sagrado**: estudos de religião e ritual. São Paulo: Paulinas, 1985.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Romeiro. In: **Dicionário Aurélio Eletrônico**: séc. XXI. S. Loc.: Lexikon Informática, 1999.

FRANÇA, Vera. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? In: **Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001. Anais.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?** São Paulo: Paulus, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. Tradução: Ronald Polito e Sérgio Alcides. 2ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, N. (Org.). **Mediação e midiatização**. COMPÓS, UFBA, 2012.

MELO, José Marques de. **As festas populares como processos comunicacionais: roteiro para o seu inventário no limiar do século XXI**. In: UNESCO. Anuário UNESCOUMESP de Comunicação regional. Ano V. n.5 jan/dez. São Bernardo do Campo, 2001.

MELO, José Marques de. **Os caminhos cruzados da Comunicação**: política, economia e cultura. São Paulo: Paulus, 2010.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e Cultura**: a experiência cultural na era da informação. Lisboa: Editora Presença, 1994.

SÁ, Adísia (Coord). **Fundamentos Científicos da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1973.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da Comunicação linear e em rede. Petrópolis: Editora Vozes, 2013.

SODRÉ, Muniz. Sobre a episteme comunicacional. **Revista Matrizes**, ano 1, n. 1 (jul-dez 2007), p. 15-26. São Paulo: ECA/USP, 2007.

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala**: a linguagem silenciosa da Comunicação não-verbal. Petrópolis: Vozes, 1986.