

HUM@NÆ

Questões controversas do mundo contemporâneo

v13, n. 2

FOTOCARTOGRAFIA SOCIOCULTURAL E FOLKCOMUNICAÇÃO: os smartphones como ferramenta de registro das manifestações folkcomunicacionais¹

FOTOCARTOGRAFÍA SOCIOCULTURAL Y FOLKCOMUNICACIÓN: los smartphones como herramienta de registro de las manifestaciones folkcomunicacionales

SOCIOCULTURAL PHOTOCARTOGRAPHY AND FOLKCOMMUNICATION: smartphones as a device for recording folkcommunicational manifestations

Alice Oliveira de Andrade²

Beatriz Lima de Paiva³

Itamar de Moraes Nobre⁴

Resumo

Apresenta-se a perspectiva da Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011) no contexto da comunicação móvel digital para o registro de manifestações Folkcomunicacionais.

Palavras-chave: Fotocartografia Sociocultural; Folkcomunicação; Metodologia; Mobilidade digital; Fotografia; São Francisco de Canindé.

1 Discussão desenvolvida na XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação, em Parintins (AM)/Brasil.

2 Doutoranda e mestra pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (Ecomsul/UFRN). Email: aliceandrade@live.com.

3Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Radialismo. Bolsista CAPES. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (Ecomsul/UFRN). Email: beatriz_lima2@hotmail.com.

4 Docente e pesquisador do Departamento de Comunicação Social (DECOM) e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisador do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (Ecomsul/UFRN). Email: itanobre@gmail.com.

Resumen

Se presenta la perspectiva de la Fotocartografía Sociocultural (NOBRE, 2011) en el contexto de la comunicación móvil digital para el registro de manifestaciones Folkcomunicacionales.

Palabras clave: Fotocartografía Sociocultural; La Comunicación Popular; Metodología; Movilidad Digital; Fotografía; São Francisco de Canindé.

Abstract

We present the perspective of the Sociocultural Photocartography (NOBRE, 2011) in the context of digital mobile communication for the registration of Folkcomunicational manifestations.

Keywords: Sociocultural Photocartography; Folkcommunication; Methodology; Digital mobility; Photography; San Francisco de Canindé.

Introdução

Desde o final do século XX estamos vivenciando uma época marcada pela ubiquidade informacional em ritmo crescente. A informação sendo gerada e distribuída a partir do ponto de vista do produtor e do consumidor, acessada de qualquer lugar e em todos os horários. A gradual e irreversível inserção das tecnologias digitais em contexto de mobilidade é um dos fatores pelos quais estamos consumindo e produzindo comunicação com essa quebra nos limites locais-temporais. As mídias tradicionais, como televisão, rádio e jornais, estão sendo convergidas cada vez mais na ambiência digital, proporcionando a exploração de novos gêneros, formatos e linguagens. Todo esse ecossistema tem como base de sustentação a Internet, a qual é, em nossa era, fundamental para o desenvolvimento desses processos. Não à toa Castells (2003) aponta como historicamente a Internet vem se incorporando ao nosso cotidiano, como foram outras tecnologias que provocaram permanentes necessidades na sociedade:

A Internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quando ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. (CASTELLS, 2003, p.07).

Sob esse prisma notamos como aumenta a facilidade da transmissão de mensagens com a quebra dos conceitos de tempo e espaço pelos meios eletrônicos e as produções comunicacionais ganham caráter instantâneo, (THOMPSON, 2009). A tecnologia da informação e a conseqüente modernização das formas de produção jornalísticas encurtam distâncias e aumenta a interação entre os indivíduos. Esse quadro de reconfigurações faz parte do processo da globalização. Assim, sob esse ponto de vista, Freund (1995) também chama a atenção para a fotografia, quando do seu surgimento.

Esse é um cenário tecnológico o qual propiciou um reordenamento da forma como a comunicação é feita no mundo, tanto nas relações interpessoais quanto nos grandes veículos midiáticos. Essa mudança de paradigmas vem consolidando o fomento da integração entre informática, Internet e comunicação. Esse fenômeno é visto por Thompson (2009, p.135) como: “Um dos aspectos mais salientes da comunicação no mundo moderno é que ela acontece numa escala cada vez mais global”. No entanto, com a dinâmica tecnológica, os meios eletrônicos podem ser vistos como fugazes na mesma proporção em que os novos são criados. Como exemplo, recordemos os computadores *desktop*⁵, conhecidos como de mesa, os quais já foram substituídos em alguns espaços por *notebooks* devido à sua portabilidade. No contexto jornalístico, os aparelhos mais portáteis também estão ganhando espaço na prática das funções para a produção e a distribuição das notícias.

Desse amplo ambiente tecnológico, o qual expomos introdutoriamente para contextualizar a nossa proposta, nos referimos especificamente à fotografia como documento, em vista da sua potencialidade como linguagem visual de registrar ações, relações humanas, modos de vida, culturas, hábitos e significações de práticas culturais. Segundo Kossoy (2001, p.26), “a expressão cultural dos povos exteriorizada através de seus costumes, habitação, monumentos, mitos e religiões, fatos sociais e políticos passou a ser gradativamente documentada pela câmera”. Ao deparar-se com um elemento visual que reflete o seu espaço revelador cultural, o ser humano reconhece suas dinâmicas sociais captadas pelo olhar do autor. A fotografia estimula a lembrança, a memória, sendo um documento visual passível de revisita e ressignificação, uma relevante fonte de informação.

⁵Computadores de mesa não portáteis.

As imagens fotográficas, manuseadas física ou digitalmente, despertam interpretações e o conhecimento sobre a situação registrada. Sentimentos como fé, gratidão e devoção das manifestações culturais-religiosas, por exemplo, são significados intrínsecos produzidos pelo olhar do fotógrafo e elucidados por quem as observa. Dessa maneira podemos notar, em conformidade com Kossoy (2001), como a "Fotografia é memória e com ela se confunde. Fonte inesgotável de informação e emoção. Memória visual do mundo físico e natural, da vida individual e social" (KOSSOY, 2001, p. 159).

Apesar do referido caráter documental da fotografia, ao longo do tempo, o processo de produção fotográfica foi sendo modificado. Em meio a um ecossistema de artefatos digitais com potenciais de realizar diversas funções concomitantemente – entre elas a câmera fotográfica para a produção de conteúdo em fotografia e audiovisual – o *smartphone* (ou telefone inteligente) é proposto como uma ferramenta multifuncional.

Neste texto o nosso objetivo⁶ é discutir a Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011), desta vez aliada aos dispositivos móveis digitais, mas aplicável a qualquer outro tipo de equipamento, em um contexto de registro de manifestações folkcomunicacionais com a finalidade de registrá-las para a sua divulgação, repercussão, visibilidade e documentação enquanto banco de estudos de trabalhos ligados à Folkcomunicação. Para exemplificar essa explanação, apresentamos fotografias da romaria de São Francisco de Canindé, no Ceará.

A romaria é um ritual simbólico característico em diversas religiões e que se compreende pela peregrinação de devotos de maneira individual ou em grupos a um determinado local - uma igreja, santuário ou mesmo túmulo – para orar por pessoas consideradas “santas” ou “milagrosas” a fim de agradecer ou cumprir promessas, doações, dentre outros (CASCUDO, 2001). O autor destaca ainda que:

São centros de interesse folclórico pela variedade dos elementos convergentes, danças, cantos, alimentos, indumentária, sincretismo religioso, sobrevivências de costumes que encontram nesses momentos clima favorável à exteriorização normal. (CASCUDO, 2001, p. 602, grifos do autor).

Em se tratando do seu contexto histórico, a tradição chegou ao Brasil pelos portugueses e, não consta nos registros documentais a incidência religiosa indígena,

⁶Discussão iniciada no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba/PR, 2017).

tampouco dos africanos advindos ao país como escravos, pois, somente aqueles que eram muçulmanos obtiveram contato com as romarias. Dentre as manifestações religiosas comumente encontradas nas romarias, têm-se ainda as ofertas de ex-votos - o que se promete ao santo de devoção para se receber a graça, ou o que se oferece por tê-la alcançado. (CASCUDO, 2001). A partir da definição do autor, entende-se que o ex-voto pode ser considerado um artefato simbólico no qual o religioso expressa sua devoção. Dessa maneira, o conjunto de representações que envolvem o romeiro, a romaria e o ex-voto identificam aspectos que caracterizam processos comunicacionais.

Fotocartografia Sociocultural e mobilidade digital

A Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011) foi utilizada inicialmente para desenvolver estudos relacionados aos modos de vida no contexto das Ciências Sociais, tendo a pesquisa sido concluída e defendida⁷ em 2005 e só publicada em livro em 2011. A Fotocartografia Sociocultural é uma proposta metodológica que pode ser explorada no registro de manifestações folkcomunicaçãois na perspectiva da mobilidade digital. Trata-se de uma estratégia metodológica que propõe a discussão e análise do conceito dos modos de vida e as consequências para as relações culturais e sociais, a partir da narrativa fotográfica com caráter crítico e analítico. A proposta é apoiada na proposição de Santos (2011) para testar as virtualidades analíticas da Cartografia Simbólica em outras áreas para além do Direito. “A Fotocartografia Sociocultural auxilia a percepção e a reconstituição, no plano social, as ações políticas da sociedade civil e as atividades cotidianas desenvolvidas como modos de vida” (NOBRE, 2011, p. 53).

Como desenvolvimento inicial, propomos a experimentação na romaria de São Francisco de Canindé, no Ceará. O município de Canindé está localizado a 110 km de distância da cidade de Fortaleza, capital do estado do Ceará (CE), situado na Região Nordeste do Brasil⁸. Tem sua população estimada em 77.514 pessoas de acordo com o último censo realizado no ano de 2017 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e

⁷Pelo Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Sendo uma proposta criada e experimentada originalmente por Itamar de Moraes Nobre, na sua pesquisa de Doutorado.

⁸Disponível em: < <http://www.santuariodecaninde.com/caninde/> > Acesso em 26 abr. 2018.

Estatística (IBGE)⁹, e justificamos a escolha desse campo empírico para a pesquisa porque a cidade figura entre uma das cidades brasileiras de reconhecimento religioso pelas suas inúmeras peregrinações.

Nesse viés, desenvolvemos a Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011) com o mapeamento simbólico através de registros fotográficos capturados por dispositivos móveis digitais no lugar da câmera fotográfica; neste caso, o aparelho nos modelos *Nokia Lumia 1020 e Motorola G3*. A referida metodologia, portanto, “auxilia a perceber e a reconstituir, no plano social, as ações políticas da sociedade civil e as atividades cotidianas desenvolvidas como modos de vida” (p.59).

Dessa forma, empiricamente o planejamento de execução das ações se compreendeu em visitas periódicas ao município, estas, iniciadas no período de outubro de 2016 com previsão final para o ano de 2018, tendo como principal proposta montar um banco de dados e a posterior divulgação do material coletado em exposições fotográficas, publicações em congressos e periódicos.

A partir da década de 90, o telefone celular passou a ser visto como o aparelho o qual cabe na palma de uma mão, modificando a era da comunicação móvel. Martin (2013, p. 54), aponta que “frequentemente eram instalados em carros, sendo que muitos se referiam a eles como telefone para carro”. Diante desse panorama, a tecnologia móvel moderna conhecida por todos hoje começou a ganhar forma. Las Casas (2009) expôs que o modo como o brasileiro se comunica mudou em 1990. O autor traz dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), mostrando 667 aparelhos celulares no Brasil naquela época. Contudo, os aparelhos eram grandes, pesados e não tinham funcionamento satisfatório. Nesse contexto, o monopólio estatal da telefonia no país era da empresa Telecomunicações Brasileiras S.A (Telebrás). Em 1997, o governo criou a primeira agência reguladora nesse ramo, a Anatel.

A partir disso, o Estado passou a ser regulador dos serviços de telefonia, cujas principais funções são a fiscalização e a regulamentação dessa área. A carência de investimentos na telefonia foi o motivo que levou à privatização da telefonia no Brasil, em que a Telebrás deu lugar ao monopólio privado. Este, por sua vez, aumentou significativamente os investimentos em telefonia móvel no país, o que modificou a qualidade dos serviços positivamente e proporcionou sua popularização.

⁹Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/ce/caninde/panorama> > Acesso em: 28 maio 2018.

Desde então, o celular saiu da categoria de artigo de luxo – acessível apenas para as classes economicamente superiores – e se tornou mais popular, sendo comercializado a preços mais baixos para as classes C e D. Levando em consideração as abordagens discutidas até este ponto, é nítido que, depois dos investimentos de capital privado na telefonia, os serviços de comunicação móvel passaram a se desenvolver exponencialmente. O celular é considerado um dos produtos mais populares entre as pessoas ao redor do mundo, independente de gênero ou faixa etária.

Nesse âmbito de progresso tecnológico, surgiram, nos anos 2000, os *smartphones*. Eles foram caracterizados, inicialmente, pela tecnologia *Bluetooth* (conexão sem fio entre os telefones móveis). O primeiro aparelho¹⁰ com essa inovação foi o *T36 Ericson*. Dois anos depois, a *Sanyo SCO-5300* levou ao mercado o primeiro celular com câmera integrada, com resolução de 640x480, zoom digital e 4x e 3m de alcance. Em 2004, a Motorola apresentou ao público o primeiro aparelho fino, com 14mm de espessura, o qual não apresentava antena externa. Seu nome era *RAZR V3* e ele inaugurou uma era de aparelhos móveis com maior preocupação estética.

A troca do teclado tradicional pelo interno na tela *touchscreen* modificou o modo como as pessoas utilizavam os *smartphones*. Os usuários passaram a poder, com as pontas dos dedos, controlar as ferramentas do aparelho. Visualizar imagens, digitar textos, abrir links e ampliar páginas ficou ainda mais simples. A pioneira dessa novidade foi a Apple, em 2007, com o lançamento do iPhone. A empresa trouxe para o *smartphone* uma plataforma com recursos próprios. Ou seja, transformou os *smartphones* em minicomputadores com sistemas operacionais semelhantes aos dos computadores. Dessa maneira, os *smartphones*, enquanto ferramentas portáteis e multifuncionais, estão cada vez mais utilizados entre as camadas populares. Para melhor visualização de tal quadro, diz-se que em 2011 eram quase 200 milhões de linhas ativas de telefonia móvel¹¹, tornando o Brasil o quinto país ao redor do planeta com mais acessos móveis.

Assim, considerando tal integração entre fotografia e tecnologia, nota-se que os dispositivos móveis digitais, assim, integram a captura imagética estática e em

¹⁰ Segundo artigo do portal TechTudo disponível em: <techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/06/historia-dos-telefones-celulares.html>. Acesso em: 10 set. 2017.

¹¹ Disponível em: <blogs.estadao.com.br/link/20-anos-de-celular-no-brasil>. Acesso em: 10 set. 2017.

movimento como uma de suas funcionalidades. No Brasil, por exemplo, até o fim de 2017 estima-se que haja um *smartphone* em utilização por habitante.¹² A escolha desse tipo de tecnologia para o registro fotográfico implica, ainda, que o produtor da imagem terá que lidar com uma ferramenta híbrida. Ao mesmo tempo em que possibilita o acesso a um instrumento de captura, também proporciona a sua publicação em rede através de *softwares* personalizáveis de acordo com as necessidades dos usuários, conforme exemplificamos com as redes sociais na Internet.

Dessa maneira, enquanto os conglomerados de comunicação têm à disposição grandes aparatos tecnológicos para reproduzir seus ideais, os *smartphones* podem ser uma plataforma de produção de comunicação alternativa utilizada por pequenos grupos os quais desejam expressar suas ideias e opiniões, sendo uma importante ferramenta de disseminação cultural, em especial quando conectados à Internet. Entretanto, é válido destacar que os dispositivos móveis digitais, enquanto suporte não se constituem por si só como aparelhos de comunicação contra-hegemônicos, visto que seu uso não é restrito às classes populares. Ao contrário, vem destacando-se ainda mais no cotidiano comunicacional de grandes empresas de comunicação. Todavia, essas ferramentas podem reproduzir e divulgar expressões comunicacionais marginalizadas dependendo do direcionamento com o qual o ser humano, enquanto usuário dessas tecnologias, possa aplicar ao seu uso. Os grupos marginalizados têm suas próprias formas de comunicação diretas, conforme apontam Gadini & Woitowicz (2007, p.114):

Luiz Beltrão diz que as classes populares têm seus próprios meios de comunicação e expressão e que somente através deles é que podem entender e se fazer entender. São os meios de comunicação popular como as literaturas oral e de cordel, com os cantadores, as histórias e anedotas, os romances cheios de moralidade e filosofia, com os folhetos de romance ou de época, os boletins de propaganda eleitoral com os “credos” e paródias de orações católicas, os almanaques de produtos farmacêuticos, os calendários e folhinhas, os livros de sorte, publicações periódicas e avulsas impressas em prelos manuais.

A análise acima se refere aos meios de comunicação materializados fisicamente, como o papel. No entanto, diante das processualidades da comunicação disseminada em ambientes digitais, a produção fotográfica com dispositivos móveis é uma

¹²De acordo com a 28ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP). Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/gadget,ate-o-fim-de-2017-brasil-tera-um-smartphone-por-habitante-diz-pesquisa-da-fgv,70001744407>>. Acesso em: 06 jul 2017.

alternativa de valor significativo para a concepção de um código cultural em *bits*¹³ produzido e interpretado pelas pessoas. Levando em consideração que as manifestações culturais são intrínsecas dos seres sociais, em um contexto marcado pela crescente utilização de tecnologias com acesso à rede sem fio, elas podem ser, inclusive, semeadas em espaços digitais os quais permitem tanto a sua mobilização e adesão por determinados grupos quanto a sua propagação, registro e acesso ubíquo.

Considerando esses apontamentos, verificamos que a Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011) é uma estratégia metodológica que permite a percepção das ações cotidianas, como modos de vida, no plano social através de um mapeamento fotográfico investigativo, uma vez que associa técnicas como registro fotográfico, observação, entrevista e pesquisa bibliográfica, salienta o caráter relacional entre cartografia e fotografia, pois são ferramentas de revelação de realidades, destacando características de determinado universo em seus aspectos socioculturais.

Além disso, as possibilidades de aplicação da Fotocartografia Sociocultural, de acordo com Nobre (2017), podem ser observadas, nas formas atualizadas: a) No fotodocumentarismo – com fotografias produzidas pelo pesquisador ou autor diverso; b) Na fotografia de imprensa – quer seja na forma impressa e digital; c) Sobre acervos de fotografias dos referentes estudados – álbuns de famílias ou avulsas; d) Sobre fotografias de acervos oficiais ou pessoais; e) Sobre fotografias publicadas nas redes sociais virtuais. Assim, consideramos ser uma estratégia adequada ao registro de manifestações folkcomunicacionais, pois:

Esta estratégia metodológica também nos possibilitou mapear imagetivamente, através de uma associação de técnicas e procedimentos que envolvem a fotografia, o itinerário de constituição deste espaço e as práticas socioculturais, como modos de vida cotidianos. Por isso acreditamos que a Fotocartografia Sociocultural possui relevância como estratégia metodológica por contribuir para o conhecimento de particularidades históricas e o entendimento de questões socioculturais do cotidiano (NOBRE, 2011, p. 248).

Nesta ocasião, associa-se a esse procedimento uma coleta de dados através de dispositivos móveis digitais, mais especificamente o *smartphone*, em vez da câmera fotográfica digital, como estratégia de experimentação científica. Verificamos, por conseguinte, que a Fotocartografia Sociocultural por meio de dispositivos móveis

¹³Dígito binário (*binary digit*) é a menor unidade de informação armazenável e transmissível utilizada pela computação.

digitais, como o *smartphone*, é uma válida estratégia de propagação e divulgação das manifestações culturais, como a romaria de Canindé, apresentada sinteticamente a seguir, cujo objetivo é a dilatação dessa expressão vinda dos meios populares no âmbito da comunicação digital em rede.

O registro da romaria de São Francisco de Canindé

O surgimento da devoção a São Francisco das Chagas, na cidade de Canindé, ocorreu a partir das primeiras missões franciscanas que se destinavam à localidade - estas realizadas no ano de 1758. Em seu contexto histórico tem-se ainda que os desdobramentos positivos de dois acidentes que ocorreram durante a construção da primeira capela do município (no período de 1775 a 1796) foram resultados das bênçãos atendidas pelo santo¹⁴. Dessa maneira, a crença popular sobre os seus milagres se expandiu e passou a atrair a visita de fieis das mais variadas regiões ao que, atualmente, compreende ao Santuário de São Francisco das Chagas. De acordo com Martins & Silva (2016, p. 152) “o Santuário Franciscano é considerado como o maior das Américas e o segundo no mundo depois da Basílica de São Francisco de Assis (localizada na região italiana da Úmbria, igreja-mãe da Ordem Franciscana)”.

Dentre as manifestações populares religiosas, as romarias são representações de evidência significativa no Brasil. Cascudo (2001, p. 603, *grifo nosso*) destaca os principais centros de peregrinação:

Nossa Senhora de Nazaré (Belém do Pará), **São Francisco de Canindé (Canindé)**, Ceará, Bom Jesus do Bonfim (Itapagipe, cidade de Salvador, Bahia) Bom Jesus da Lapa (Pirapora, rio São Francisco), Nossa Senhora de Aparecida (Aparecida) e Bom Jesus de Pirapora, ambos em São Paulo [...].

Figurando dentre as romarias de maior destaque, as peregrinações ao município de Canindé acontecem durante todo o ano, contudo, o ápice das caminhadas ocorre nos dias 24 de setembro a 04 de outubro, data marcada pelas festividades em torno do santo padroeiro da cidade. No entanto, quando em período eleitoral, a data do evento é alterada para de 04 a 14 de outubro, bem como ocorreu no ano de 2016, momento no qual foram registradas as fotografias que compõem este trabalho. Esse período é marcado ainda por procissões com o painel do santo, confissões, batizados, novenas, missas, e a via-sacra.

¹⁴Disponível em: < <http://www.santuariodecaninde.com/romarias/historia/>> Acesso em: 26 maio 2018.

Em se tratando do processo que envolve a romaria, a maioria dos romeiros se desloca nas horas em que o Sol está com menor incidência e, durante o dia, estes se preparam munindo-se de alimento e descansando enquanto aguardam o final da tarde ou o anoitecer para percorrer a trajetória. No entanto, alguns de fiéis peregrinam mesmo diante das condições adversas em busca do objetivo final: a chegada ao Santuário de São Francisco das Chagas. (BRAGA, 2017).

Diante da significação dessa manifestação religiosa, no início do ano de 2013 a Secretaria de Cultura de Canindé encaminhou ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) a solicitação do reconhecimento da romaria como patrimônio brasileiro, no entanto, de acordo com a última lista dos bens tombados pelo IPHAN (disponibilizada em 11/05/2016) este processo ainda não foi finalizado¹⁵.

A Folkcomunicação e a manifestação popular religiosa romaria, os romeiros e os ex-votos

As contribuições de Beltrão acerca da teoria da folkcomunicação retratam os estudos dos agentes e meios populares de expressão (MARQUES DE MELO, 2008). O autor discorre que o estudo está relacionado ao “processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p. 79).

Nesse sentido, tendo em vista o reconhecimento da manifestação popular religiosa romaria, pode-se identificar a partir dessa teoria, a existência de processos comunicacionais na peregrinação aqui apresentada. Corroborando desse pensamento, Cascudo (2001, p. 602) relata ainda que: “a parte exterior das romarias, o cumprimento das promessas, a doação de espórtulas, a entrega de ex-votos, a assistência ao cerimonial litúrgico, é campo aberto ao estudo da etnografia e do folclore, de alto interesse humano”.

Dessa forma, segundo Marques de Melo (2008, p. 89), o precursor da teoria da folkcomunicação “propõe a classificação dos fenômenos da comunicação popular, que pode ser tomada como um elenco dos ‘gêneros folkcomunicaçãois’”. O autor esquematiza, dessa forma, categorias simbólicas determinantes, resultados da combinação do canal e da audiência. A partir dessas contribuições, compreende-se que

¹⁵Disponível em: < <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/87439/2/161358.pdf> > Acesso em 26 maio 2018.

a conceituação acerca da manifestação religiosa romaria está categorizada no gênero¹⁶ *Folkcomunicação cinética*, que abarca múltiplos canais/ códigos gestual/plástico, como formato¹⁷ *Celebração* e tipo¹⁸ *Peregrinação*.

Beltrão (2004) ressalta que o folclore é um dos significativos canais de comunicação coletiva. Essas formas de expressão foram consideradas pelo autor como “meios utilizados pelas populações marginalizadas”, e, portanto, canais de comunicação através de representações culturais.

[...] é tempo de não continuarmos a apreciar nessas manifestações folclóricas não apenas os seus aspectos artísticos, a sua finalidade diversional, mas procurarmos entendê-las como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes (BELTRÃO, 2004, p. 118).

Schmidt (2006, p. 90) destaca que: “[...] as manifestações populares surgem das necessidades primeiras de trocas simbólicas e materiais para a sobrevivência em comunidade, ligadas a questões que vão da moradia à alimentação, da saúde à fé.”. Diante dos elementos apresentados sobre as romarias, romeiros e ex-votos compreendem-se os aspectos formadores dessa manifestação popular religiosa e verifica-se o fortalecimento da sua legitimação simbólica, identificando processos comunicacionais a ela inerentes. Dessa forma, a visibilidade acadêmica da temática desenvolvida leva ao conhecimento científico os saberes tradicionais.

Portanto, a pesquisa voltada a estes elementos da comunicação popular identificam as representações das mensagens emitidas pelos interlocutores (exemplo: romeiros) nas manifestações (exemplo: romarias) através de suas narrativas folkcomunicacionais (exemplo: ofertas de ex-votos).

Abaixo apresentamos algumas imagens da referida manifestação folkcomunicacional as quais foram fotocartografadas por meio de dispositivo móvel digital:

Imagem 01: Romeira septuagenária já havia caminhado 60 quilômetros e ainda faltavam mais 40 quilômetros. Nesse

momento estava em oração para continuar a jornada. Brasil, 2016.

¹⁶Marques de Melo (2008, p. 91) define *gênero*: forma de expressão determinada pela combinação de canal e código.

¹⁷Marques de Melo (2008, p. 91) define *formato* como: estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor).

¹⁸Marques de Melo (2008, p. 91) define tipo como: variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção.

Imagem 02: Peregrino em Campos Belos/CE, no caminho romaria para a missa noturna. Brasil, 2016



Fotografia: Itamar Nobre

Fotografia: Itamar Nobre

Reconhece-se, dessa forma, que a condição comunicante estabelecida no processo de apresentação da manifestação popular religiosa revela, em sua narrativa, a mensagem folkcomunicação. De tal maneira, ainda relacionado ao processo de estruturação da mensagem, identifica-se na romaria que a sua essência formadora detém representação simbólica que pode ser exemplificada através do vestuário dos romeiros, dos adereços, nas orações e, ainda, nas ofertas de artefatos religiosos.

Considerações finais

A Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011) foi utilizada inicialmente para desenvolver estudos relacionados aos modos de vida no contexto das Ciências Sociais, tendo a pesquisa sido concluída e defendida em 2005 e só

publicada em livro em 2011. Na área da Comunicação, tem sido



experimentada em diversos contextos, quais sejam, os citados acima. Agora, especificamente no que tange aos estudos da Folkcomunicação, quando aliada aos dispositivos móveis digitais, como o *smartphone*, a Fotocartografia Sociocultural oferece a possibilidade de inserção, de abordagem de forma mais aceitável, com melhor receptividade pelos referentes estudados, pelo fato de ser esta, o uso dos *smartphones* por

eles no seu cotidiano, uma prática comum, o que faz com que o fotocartógrafo pesquisador seja visto como um deles e por isso não causa estranhamento.

A Fotocartografia Sociocultural feita com dispositivo móvel digital (*smartphone*) pode ser uma produção mais viável do que com outro aparelho, em um ecossistema sociocultural mais dinâmico como, por exemplo, as manifestações folkcomunicacionais, como é o caso das romarias.

Os *smartphones* enquanto instrumentos multitarefa carregam diversas funcionalidades em um único aparelho, entre elas a câmera fotográfica. Esse fator contribui para a facilitação do acesso a ferramentas que possam proporcionar a produção de conteúdos em fotografia para compilar esse tipo de ocasião. A produção de um banco de imagens de diversas expressões populares é importante para a disseminação de tais expressões culturais e também para os estudos da Folkcomunicação, uma vez que embasa uma série de estudos analíticos, descritivos e reflexivos acerca dos espaços de expressão da cotidianidade.

Dessa forma, propõe-se a Fotocartografia Sociocultural como um

procedimento teórico metodológico que visa não apenas a produção de imagens, mas também é o desenvolvimento de um mapeamento fotográfico simbólico folkcomunicacional, permitindo a proximidade com o ambiente e os indivíduos do contexto pesquisado e sua análise em uma vertente crítico-reflexiva.

Referências

- BELTRÃO, L. (2001). *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- BELTRÃO, L. (2004). *Folkcomunicação: Teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Umesp.
- BRAGA, M. S. (2017). Devoto de São Francisco das Chagas, morador do município de Caridade (Ceará/Brasil), informação verbal cedida ao entrevistador Itamar de Moraes Nobre, em junho de 2017.
- CASCUDO, L. C. (2001). *Dicionário do Folclore Brasileiro*. 10. ed. São Paulo: Global.
- CASTELLS, M. (2003). *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- FREUND, G. (1995). *Fotografia e sociedade*. 2. ed. Tradução de Pedro Miguel Frade. Lisboa: Veja.
- GADINI, S. L. & WOITOWICZ, K. J. (2007). *Noções básicas de Folkcomunicação: uma*

introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa, Editora UEPG.

KOSSOY, B. (2001). *Fotografia & História*. 2. ed. rev. São Paulo: Ateliê Editorial.

KOSSOY, B. (1999). *Realidades e Ficções na Trama Fotográfica*. São Paulo, Ateliê Editorial.

LAS CASAS, A. L. (2009). *Marketing móvel: tendências e oportunidades no marketing eletrônico*. São Paulo: Saint Paul Editora.

MARQUES DE MELO, J. (2008). *Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação*. São Paulo: Paulus.

MARTIN, C. (2013). *Mobile Marketing – A terceira tela: como estar em contato com seus clientes através de smartphones, tablets e outros dispositivos móveis*. São Paulo: M. Books do Brasil.

[MARTINS, M. C. S.](#) & SILVA, I. L. O. (2016). *Caminhos de Assis: das intenções às ações na rota de peregrinação turística no estado do Ceará*. *Élisée - Revista de Geografia da UEG*, v. 5, 152,-169.

NOBRE, I. M. (2003). *A fotografia como narrativa visual (Dissertação de Mestrado)*. Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais/ Universidade Federal do Rio Grande do Norte: Natal.

NOBRE, I. M. (2011). *Revelando os modos de vida da ponta do Tubarão: A fotocartografia sociocultural como uma proposta metodológica*. EDUFRRN: Natal.

NOBRE, I. M. (2017). *A cartografia simbólica e a Fotografia sociocultural nas Ciências da Comunicação: a estratégia metodológica da Fotocartografia Sociocultural*. (33m14s). In: Webinário GT Jovens Investigadores. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jfuOaEmnePs>>. Acesso em: 25 mai. 2018.

SANTOS, B. S. (2005). *Globalização: fatalidade ou utopia?*. 3 Ed. . Edições Afrontamento: Porto.

SANTOS, B. S. (2011). *A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência*. 8. Ed. São Paulo: Cortez.

SCHMIDT, C. (2006). *Folkcomunicação: conceitos pertinentes ao campo de estudo*. In: SCHMIDT, C. *Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e técnicas metodológicas*. São Paulo: Ductor, 89-100.

THOMPSON, J. B.(2009) *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 11.ed. Petrópolis, RJ: Vozes.