

A Fotodocumentação da Fé: Uma Análise Folkcomunicação sobre a Fotografia Com Dispositivos Móveis Digitais no Registro de Romarias, Romeiros e Ex-Votos¹

Beatriz Lima de PAIVA²

Alice Oliveira de ANDRADE³

Itamar de Moraes NOBRE⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

Reflete-se sobre romarias, romeiros e ex-votos na perspectiva da Folkcomunicação, estimulando o debate sobre a produção de conteúdo em fotografia de manifestações populares, como as religiosas, através de dispositivos móveis digitais, especialmente o *smartphone*. A metodologia aplicada no texto foi a pesquisa bibliográfica e na produção das imagens, a Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011). Concluímos que as expressões religiosas em ocasiões como romarias apresentam significativo teor comunicacional, evidenciando a relação de fé, amor e devoção entre os romeiros e seus santos de predileção. Tal relação, quando documentada através da fotografia, proporciona a ressignificação desses momentos simbólicos e a formação de um importante banco documental de imagens para os estudos da Folkcomunicação.

Palavras-chave: folkcomunicação; São Francisco de Canindé; fotografia; dispositivo móvel digital.

INTRODUÇÃO

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 Brasil⁵. Tem sua população estimada em 77.261 pessoas de acordo com o último censo realizado no ano de 2016 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁶, e figura entre uma das cidades brasileiras de reconhecimento religioso pelas suas inúmeras peregrinações.

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa ECOMSUL – Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura. Email: beatriz_lima2@hotmail.com

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

⁵ Disponível em: < <http://www.santuariodecaninde.com/caninde/> > Acesso em 09 jun. 2017.

⁶ Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/ce/caninde/panorama> > acesso em: 11 jul 2017.

Na elaboração deste artigo, apresenta-se uma reflexão com base na pesquisa bibliográfica sobre romarias, romeiros e ex-votos no viés da Folkcomunicação, complementada por uma discussão incipiente acerca da relevância do registro documental das manifestações populares por meio do conteúdo em fotografia com dispositivos móveis digitais. Para exemplificar as ponderações, apresentamos um recorte de um ensaio fotográfico produzido a partir da romaria em devoção a São Francisco das Chagas no município em questão.

Para a estruturação do trabalho, busca-se caracterizar, através de tópicos, um perfil da manifestação popular religiosa evidenciando sua história e significação. Dando sequência, retratam-se os conceitos que permeiam a teoria da folkcomunicação, bem como um breve histórico da mesma, suas associações simbólicas e apontamentos acerca do reconhecimento da teoria a partir da visualização da manifestação popular religiosa romaria com embasamento analítico relativo ao processo comunicacional através do registro pelo dispositivo móvel.

Tem-se como objetivo geral do estudo a reflexão, a partir da vivência investigativa, sobre de que forma a romaria à Canindé é interpretada simbolicamente no contexto folkcomunicacional. Em se tratando dos objetivos específicos, observa-se a análise das características representativas da manifestação popular religiosa bem como a repercussão da manutenção do patrimônio de tradições da mesma de forma a oferecer visibilidade cultural à representação. Ainda nesse âmbito, visa-se ampliar os estudos sobre a Folkcomunicação e a Fotocartografia Sociocultural e contribuir com o conhecimento científico e representações dos processos entre cultura e comunicação.

A estratégia metodológica da elaboração do trabalho realiza-se a partir da Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011), experimentando o mapeamento simbólico através de registros fotográficos capturados por dispositivos móveis digitais no lugar da câmera fotográfica, neste caso, o aparelho *Nokia Lumia 1020*. A referida metodologia “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, 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 2017, tendo como principal proposta montar um banco de dados e a posterior divulgação do material coletado em exposições fotográficas, publicações em congressos e periódicos.

Portanto, nosso objetivo neste texto é realizar uma análise folkcomunicação reflexiva acerca de manifestações populares religiosas e conceitos relacionados, Folkcomunicação e fotografia com dispositivos móveis digitais, com recorte na romaria de São Francisco das Chagas, em Canindé. A iniciativa é vinculada ao Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (ECOMSUL) do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

BREVE HISTÓRICO SOBRE A 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 santo⁷. 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 Silva e Martins (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

⁷ Disponível em: < <http://www.santuariodecaninde.com/romarias/historia/> > Acesso em: 13 jul 2017.

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.

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 fieis peregrinam mesmo diante das condições adversas em busca do objetivo final: a chegada ao Santuário de São Francisco das Chagas⁸.

No percurso à cidade de Canindé existia a dificuldade de abrigar a numerosa demanda de pessoas que visitam o município durante esse período, o que tornou comum que fazendeiros cedessem os alpendres de suas casas para que as pessoas dormissem e, ainda, a prática dos romeiros se abrigarem nas praças no decorrer do caminho e nas casas de algumas pessoas ligadas à igreja.

Silva e Martins (2016, p. 158) destacam que:

O Município de Canindé sobrevive, basicamente, da agricultura de subsistência e do comércio informal oriundos das romarias a São Francisco das Chagas de Canindé. O comércio é abastado de objetos religiosos e imagens que remetem à fé católica. As romarias são atividades favoráveis e geradoras de emprego e renda (compras, alimentação, hospedagem, serviços urbanos), em virtude da grande quantidade de visitantes no período dos festejos ao santo.

Visando fomentar o turismo religioso, no ano de 2012 o Governo do Estado do Ceará, através da Secretaria do Turismo (SETUR), viabilizou a “Caminhos de Assis”, uma obra que se inicia no município de Maranguape e seu trajeto finaliza-se na cidade de Canindé. Para a iniciativa, foram investidos R\$ 1.583.196,94 milhões oriundos do Tesouro do Estado, o percurso detém aproximadamente 136 km de extensão e é composto por cinco estações para recolhimento espiritual dos romeiros⁹.

⁸ Informação verbal cedida por Mozart Solon Braga, devoto de São Francisco das Chagas, morador do município de Caridade (Ceará/Brasil), ao entrevistador Itamar de Moraes Nobre, em junho de 2017.

⁹ Disponível em: < <http://www.ceara.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/5546-caminhos-de-assis-e-inaugurado-com-caminhada> > Acesso em: 12 jul 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 finalizado¹⁰.

AS CARACTERÍSTICAS REPRESENTATIVAS DAS ROMARIAS, ROMEIROS E EX-VOTOS

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).

Os fieis que integram as romarias para pedir ajuda ao santo de sua predileção são identificados como romeiros, estes que se mobilizam a percorrer grandes distâncias das mais diversas formas: a cavalo ou a pé, e em diferentes tipos de veículos: bicicletas, charretes, motos, ônibus fretados e, independente de o percurso ser perto ou longe, as romarias se mantêm como símbolo de força e fé. Em se tratando do seu contexto histórico, a tradição chegou ao Brasil pelos portugueses e, não consta nos registros documentais a incidência religiosa indígena, tampouco dos africanos advindos ao país como escravos, pois, somente aqueles que eram muçulmanos obtiveram contato com as romarias. (CASCUDO, 2001)

Dentre as manifestações religiosas comumente encontradas nas romarias, têm-se ainda as ofertas de ex-votos, estes que podem ser visualizados na Imagem 01 (p. 06).

Ex-voto. Do latim *votum*, coisa prometida. “O que se promete deve ser pago”, diz o ditado. Ex-voto é o que se promete ao santo de devoção para se receber a graça, ou o que se oferece por tê-la alcançado. Não é exclusivo do mundo católico; encontra-se em toda parte, tendo sido registrado desde a Antigüidade, entre os assírios. O

¹⁰Disponível em: < <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/87439/2/161358.pdf> > Acesso em 12 jul. 2017.

ex-voto reflete tudo o que tem afligido ou exaltado o ser humano ao longo dos séculos; testemunho da fé que se fortaleceu com o sofrimento, um ex-voto pode ser: vela, foto, flor, partes do corpo feitas em cera, barro ou madeira, e outros objetos. Há também orações especiais para graças pedidas ou alcançadas. Muitas igrejas, no Brasil, têm sua sala de milagres, onde ficam expostos os ex-votos para o público visitante, inclusive os estudiosos. Além disso, nas proximidades dos santuários mais procurados, desenvolveu-se uma “indústria de milagres”, com fabricantes de ex-votos especializados em diferentes partes do corpo humanos e até em miniaturas de animais [...] (CASCUDO, 2001, p. 220, grifos do autor).

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.

Imagem 01 – Ex-votos praticados a São Francisco das Chagas. Canindé/Ceará, 2016.



Fotografia: Itamar Nobre

Imagem 02 - O registro fotográfico foi capturado durante a festa em homenagem a São Francisco das Chagas em Canindé/CE, 2016.



Fotografia: Itamar Nobre

As fotografias acima podem exemplificar diferentes formas de manifestação da fé durante a romaria. O olhar do fotógrafo simbolizado na produção de conteúdo em

fotografia transmite um ecossistema de acepções sobre a relação entre as pessoas e sua expressiva dedicação no momento da romaria.

A Imagem 01 representa a perspectiva simbólica da manifestação sociocultural e religiosa em Canindé (CE). O significado dos ex-votos remete a uma afetividade que não se limita a uma fé particular. A preocupação com a família e entes queridos, com a terra, com a saúde e os animais também compõe a tessitura de necessidades sociais que impulsionam esse tipo de manifestação religiosa marcada pela crença, mas sobretudo pela expressão de dor e amor dos fiéis para seus santos de devoção. Por essa razão, embora os ex-votos não sejam uma mídia de comunicação ortodoxa (BELTRÃO, 2013), apresentam grande teor comunicativo porque carregam diferenciadas mensagens simbólicas que são resignificadas por um vasto número de pessoas através de sua fé e credulidade.

As imagens, em uma perspectiva simbólica, detêm muito significado para os devotos, pois comunicam a sua fé e simbolizam o sagrado. Através delas é possível produzir um sentido ideológico e promover uma integração entre o real e o divino. A expressão da fé dos devotos é feita, em grande parte, através de meios simbólicos, como os ex-votos. Estes estão presentes em diversas peregrinações coletivas e individuais, transmitindo a materialização da afinidade entre os devotos e seus santos.

Se esse significado pode ser atribuído às imagens simbólicas ligadas à fé – como as estátuas de santos e ex-votos - as imagens fotográficas também têm uma importância significativa nesse processo. A fotografia pode ser um instrumento de registro das manifestações populares, transmitindo a essência da vinculação entre as pessoas e sua cultura. No caso da romaria, o olhar do fotógrafo expressa uma carga sentimental ligada à tradição, gratidão e confiança, que estão presentes no plano da realidade.

A fotografia tem sido aceita e utilizada como prova definitiva ‘testemunho da verdade’ do fato ou dos fatos. Graças a sua natureza físicoquímica – e hoje eletrônica – de registrar aspectos (selecionados) do real, tal como esses de fato se parecem, a fotografia ganhou elevado status de credibilidade. (KOSSOY, 1999, p.19)

As ocasiões registradas na imagem fotográfica transpõem a realidade a um contexto de representações. A fotocartografia sociocultural desenvolvida em um contexto religioso dá subsídio a uma dualidade entre o tradicional e o moderno, dando uma nova conotação ao processo de manifestação da fé já que a fotografia tem uma

grande carga de memória. "Toda e qualquer imagem fotográfica contém e, si, oculta e internamente, uma história" (KOSSOY, 1999, p.36).

A expressão de devoção através de atitudes não materiais também pode ser observada nas romarias, como exemplificado na Imagem 02. Ajoelhar-se, chorar, auto-penitências, orações, mãos unidas e pés descalços comunicam o forte elo de confiança entre o fiel que ora e o santo que concede a graça. Tais momentos, quando registrados, permitem maior visualização e compreensão da cultura popular.

O uso da fotografia como um recurso metonímico, como representação imagética da graça alcançada é sem dúvida um meio de informação sociocultural individual e coletivo de uma região e de uma localidade, que ganha visibilidade nas paredes das salas de promessas (TRIGUEIRO, 2005, p.07).

Além disso, o mapeamento fotográfico de manifestações culturais e populares permite a criação de um banco de dados significativo para os estudos da Folkcomunicação, pois se torna uma mídia documental carregada de expressões sociais da cultura, modos de vida, crenças e fé.

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 folkcomunicacionais’”. O autor esquematiza, dessa forma, categorias simbólicas determinantes, resultados da combinação do canal e da audiência. A partir dessas contribuições, compreende-se que a conceituação acerca da manifestação religiosa romaria está categorizada no gênero¹¹ *Folkcomunicação cinética*, que abarca múltiplos canais/ códigos gestual/plástico, como formato¹² *Celebração e tipo*¹³ *Peregrinação*.

Beltrão (2013) 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 nes-sas 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, 2013, p. 44)

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 (romeiros) nas manifestações (romarias) através de suas narrativas folkcomunicacionais (ofertas de ex-votos).

Reconhece-se, dessa forma, que a condição comunicante estabelecida no processo de apresentação da manifestação popular religiosa revela, em sua narrativa, a mensagem folkcomunicacional. De tal maneira, ainda relacionado ao processo de

¹¹ Marques de Melo (2008, p. 91) define *gênero*: forma de expressão determinada pela combinação de canal e código.

¹² Marques de Melo (2008, p. 91) define *formato* como: estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor).

¹³ Marques 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.

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.

DISCUSSÕES SOBRE O *SMARTPHONE* COMO INSTRUMENTO DE REGISTRO FOTOGRÁFICO DE MANIFESTAÇÕES FOLKCOMUNICACIONAIS

Desde o final do século XX estamos vivenciando uma época marcada pela ubiquidade informacional em ritmo crescente. Isto é, a informação pode ser - no ponto de vista do produtor e do consumidor - acessada de qualquer lugar e em todos os horários. A gradual penetração 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. Sobre esse apontamento, Castells (2003) reflete:

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. (p.07).

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). Este autor aponta que a tecnologia da informação e a consequente modernização das formas de produção jornalísticas encurta distâncias e aumenta a interação entre os indivíduos. Esse quadro de reconfigurações, segundo o sociólogo, faz parte do processo da globalização. Para Thompson (2009, p.135): “A reordenação do espaço e do tempo provocada pelo desenvolvimento da mídia faz parte de um conjunto mais amplo de processos que transformaram (e ainda estão transformando) o mundo moderno”. Esse contexto é atualmente conceituado como globalização e está presente não apenas no meio tecnológico, mas influi diretamente na cultura, política e economia de diversas localidades.

Referindo-se especificamente a alguns registros documentais, tem-se historicamente a fotografia como linguagem visual capaz de registrar ações, relações humanas, culturas, hábitos e significações dos códigos 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 e é um documento visual passível de revisita e ressignificação, sendo, dessa forma, uma relevante fonte de informação.

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. "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. Registro que cristaliza, enquanto dura, a imagem" (KOSSOY, 2001, p. 159).

Apesar do referido caráter documental da fotografia, ao longo do tempo, o processo de construção fotográfica foi sendo modificado. O próprio desenvolvimento tecnológico das câmeras de captura contribuiu para que a fotografia pudesse ser financeiramente mais acessível nos últimos anos, pois atualmente não é necessária uma ferramenta dedicada à produção de imagens. Em meio a um ecossistema de artefatos digitais capazes 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.

Os dispositivos móveis digitais, assim, integram a captura imagética estática e em 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.¹⁴ 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

¹⁴ De 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.

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 e 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 alternativa de valor significativo para a concepção de um código cultural em *bits*¹⁵ 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.

¹⁵ Dígitos binários (*binary digit*) é a menor unidade de informação armazenável e transmitível utilizada pela computação.

O procedimento metodológico adotado na produção das fotografias da romaria foi a Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011). Esse método permite a percepção das ações cotidianas, como modos de vida, no plano social através de um mapeamento fotográfico investigativo.

A Fotocartografia Sociocultural, 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. Nesta ocasião, associa-se a essa metodologia 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 o registro fotográfico por meio de dispositivos móveis digitais, como o *smartphone*, é uma válida estratégia de propagação e divulgação das manifestações culturais, como a romaria de Canindé, cujo objetivo é a dilatação dessa expressão vinda dos meios populares no âmbito da comunicação digital em rede.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A romaria de São Francisco de Canindé retrata uma exteriorização da fé dos romeiros através de simbologias concretas, como os ex-votos; e imateriais, como a atitude de se ajoelhar e orar. Procuramos realizar uma análise folkcomunicação, por meio de uma abordagem reflexiva, acerca das manifestações populares religiosas e da importância do seu registro fotográfico para a escritura histórica desses momentos, exemplificando com duas imagens documentais da referida peregrinação dos romeiros.

Considera-se que as ocorrências dos processos culturais referentes à manifestação popular religiosa são de importância para a identificação de seus significados comunicacionais, personificados nos elementos simbólicos da peregrinação.

Observamos, ao longo da pesquisa para a produção deste texto, que o registro imagético das manifestações populares é relevante para a documentação de marcas genuinamente culturais e expressivas da relação de fé, devoção e confiança de um povo.

Os dispositivos móveis digitais, como 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 os estudos da Folkcomunicação, uma vez que embasa uma série de estudos analíticos, descritivos e reflexivos acerca dos espaços de expressão da cotidianidade.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- _____. O Ex-Voto Como Veículo Jornalístico. In: MORAIS, Osvando J. de. (Org.). **Comunicações & Problemas Luiz Beltrão**: Parte I. São Paulo: Intercom, 2013, p. 43-52.
- CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. 10. ed. São Paulo: Global, 2001. 768 p.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- GADINI, Sérgio Luiz, WOITOWICZ, Karina Janz. (Orgs). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa, Editora UEPG, 2007.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia & história**. 2. ed. rev. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- _____. Realidades e Ficções na Trama Fotográfica. São Paulo, Ateliê Editorial, 1999.
- MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Ed. Paulus, 2008.
- MARTINS, Maria Camila Santos; SILVA, Ivo Luís de Oliveira. **Caminhos de Assis**: das intenções às ações na rota de peregrinação turística no estado do Ceará. *Élisée - Revista de Geografia da UEG*, v. 5, p.152,-169, 2016.
- NOBRE, Itamar de Moraes. **Revelando os modos de vida da ponta do Tubarão**: A fotocartografia sociocultural como uma proposta metodológica. EDUFRN: Natal, 2011.
- SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: conceitos pertinentes ao campo de estudo. In: SCHMIDT, Cristina. (Org.) **Folkcomunicação na Arena Global**: avanços teóricos e técnicas metodológicas. São Paulo: Ductor, 2006, p. 89-100.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 11.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **O anúncio dos milagres:** o ex-voto como processo de folkcomunicação. In: Revista eletrônica temática, João Pessoa: UFPB, ano 1, 2005, p. 1-8.