



DOI 10.5380/2238-0701.2019n19-05

Data de Recebimento: 10/09/19

Data de Aprovação: 08/11/19

Nossa alma ao céu se remonta: o mito e as
mídias no Círio de Nazaré em Belém do Pará





Nossa alma ao céu se remonta: o Mito e as Mídias no Círio De Nazaré em Belém do Pará

Our soul to Heaven belongs: Myth and Media in the Círio of Nazaré in Belém from Pará

Nuestro alma al cielo permanece: el Mito y los Medios en Círio de Nazaré en Belém do Pará

HELDER FADUL BITAR ¹

ANA ELIZABETH NEIRÃO REYMÃO ²

NICOLLE MANUELLE BAHIA BITTENCOURT ³

RESUMO: O Círio é uma celebração em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré, realizado, desde 1793 no Estado do Pará e reconhecido pelos meios oficiais como Patrimônio Cultural do Brasil. É uma festividade que remonta ao mito e à tradição cultural passa-

¹ Bacharel em Direito (Centro Universitário do Estado do Pará – CESUPA). Mestrando em Direito, Políticas Públicas e Desenvolvimento Regional (PPGD- CESUPA). Especialista em Direito Civil e Processual Civil (FGV). E-mail: helderbitar@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7784-7192>.

² Economista (UFPA), Doutora em Ciências Sociais (UnB), Mestre em Economia (UNICAMP), professora do Programa de Pós-Graduação em Direito, Políticas Públicas e Desenvolvimento Regional (CESUPA) e professora da Faculdade de Economia (UFPA). Grupo de pesquisas CNPq Emprego, Subemprego e Políticas Públicas na Amazônia (PPGD-CESUPA). E-mail: bethrey@uol.com.br. Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-5124-6308>.

³ Bacharel em Museologia (Universidade Federal do Pará - UFPA). Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI/ICSA-UFPA). E-mail: Nicollebittencourt7@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6567-0978>.

da de geração em geração, resultando na maior procissão religiosa brasileira, que atrai milhares de pessoas às ruas de sua capital, Belém. O artigo utiliza a pesquisa bibliográfica e documental e o método hipotético/dedutivo, tendo como objetivo principal revisit o mito da criação do Círio de Nazaré e a consolidação dos símbolos para poder compreender como as mídias se apropriaram desses símbolos e os incorporaram como representação das festividades. Dentre as conclusões, destaca-se que o cartaz oficial se tornou um dos principais símbolos da festividade, representando tanto o passado quanto o presente ao ser incorporado pelas novas mídias.

Palavras-Chave: Patrimônio cultural; Círio de Nazaré; Mito; Cartaz oficial; Mídias.

ABSTRACT: Círio is a celebration in honor of Nazareth, mother of Jesus, held since 1793 in the State of Pará, and it is recognized by the official media as a Brazilian Cultural Heritage. It is a festivity that goes back to the myth and the cultural tradition that is passed from generation to generation, resulting in the biggest Brazilian religious procession, which attracts thousands of people to the streets of its capital, Belém. The article uses bibliographic and documentary research and the hypothetical/deductive method, with the main objective to revisit the myth of Círio de Nazaré's creation, and the consolidation of symbols to understand how the media has appropriated them and incorporated them as representation of the festivities. In the conclusions, this article stands that the official poster became one of the main symbols of the celebration, representing the past and the present, and incorporated by the new media.

Keywords: Cultural Heritage; Círio of Nazareth; Myth; Official poster; Medias.

RESUMEN: “Círio de Nazaré” es una fiesta popular, que celebra la Nuestra Señora de Nazaret, desde 1793, en el Estado de Pará y es reconocida por los medios oficiales como Patrimonio Cultural de Brasil. Es un festival que se remonta al mito y la tradición cultural que han pasado de generación en generación, lo que resulta en la más grande procesión religiosa brasileña, que atrae a miles de personas a las calles de su capital, Belém. El artículo utiliza la investigación

bibliográfica y documental y el método hipotético/deductivo, con el objetivo principal de revisar el mito de la creación del Círio de Nazaré y la consolidación de los símbolos para comprender cómo los medios se apropiaron de estos símbolos y los incorporaron como representación de las festividades. Entre las conclusiones, se puede destacar que el cartel oficial se ha convertido en uno de los principales símbolos de la festividad, representando tanto el pasado como el presente, asimismo incorporado por los nuevos medios.

Palabras-clave: Patrimonio cultural; Círio de Nazaret; Mito; Cartel oficial; Medios de comunicación.

Introdução

O Círio de Nazaré é uma celebração tipicamente popular e tem sua procissão religiosa mais conhecida realizada em outubro, na cidade de Belém, capital do estado do Pará. Apesar de não ser o Círio mais antigo realizado no estado, título pertencente ao Círio da cidade de Vigia, de acordo com registros da igreja católica e do IPHAN (2006), a primeira vez que essa procissão aconteceu oficialmente em Belém foi em 1793, sendo esta realizada até os dias de hoje e atraindo multidões de pessoas à cidade, atingindo seus mais grandiosos momentos em treze procissões oficiais e várias não oficiais.

A origem da adoração à santa padroeira dos paraenses, chamado de o mito da criação, remonta ao século XVII e conta a narrativa de um caboclo chamado Plácido, que teria encontrado uma imagem de Nossa Senhora de Nazaré às margens do igarapé do Murucutu e a levado para casa, sendo surpreendido com a ausência da santa no dia seguinte. Ela havia retornado ao seu lugar de “descanso”, às margens do igarapé. Esse mito se tornou parte da tradição e da cultura dos paraenses, sendo passado de geração em geração e recontado anualmente nas ruas de Belém e de várias outras localidades do Estado.

O Círio de Nazaré não se resume a essa procissão principal, realizada na manhã do segundo domingo de outubro. É uma teia de eventos interligados que antecedem o período da quadra Nazarena, os quais se

iniciam na divulgação do tema anual, do cartaz oficial, do manto, dentre outros, passando por diversas outras procissões realizadas durante os dias anteriores ao domingo da procissão. Essa celebração transpôs as barreiras temporais, se consolidando no imaginário e na cultura local, recebendo inclusive o título de Patrimônio Cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e se tornando um dos primeiros patrimônios registrados por meio do Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) pelo Governo Federal, em 2004, a partir do disposto no Decreto 3.551/2000.

Celebrações como o Círio se tornam parte da vivência em sociedade e possuem um papel de destaque nas mídias, sendo divulgado inicialmente por meios impressos (tais como os jornais) e acompanhando as evoluções destas, podendo ganhar grande destaque e repercussão nacional a partir das reportagens e transmissões veiculadas nas emissoras de televisão. Os símbolos consolidados pelos séculos de devoção se mostraram importantes elementos a serem incorporados às divulgações e aos canais oficiais, mas também acompanharam as novas mídias que surgiram do processo de globalização e do uso generalizado dos smartphones e redes sociais no século XXI.

O presente artigo tem como objetivo principal revisitá o mito que envolve a criação do Círio de Nazaré e a consolidação dos seus símbolos para buscar compreender como as mídias se apropriaram deles e os incorporaram como representação das festividades que ocorrem no mês de outubro, apesar de serem veiculadas meses antes da procissão principal.

Um exemplo é o do cartaz do Círio, um dos principais meios de divulgação da festividade, que sempre traz a imagem de Nossa Sra. de Nazaré, estando nele simbolizada toda a identidade visual construída para a celebração do ano em questão. Considerando sua importância, o problema de pesquisa do artigo indaga: “como as mídias, principalmente após as revoluções tecnológicas e o processo de modernização dos meios de comunicação no século XXI, se apropriaram da simbologia reconhecida no Círio e as incorporaram, ao longo dos anos, ao cartaz da festividade?”

O estudo tem como metodologia a revisão bibliográfica e a pesquisa documental, fazendo uma abordagem qualitativa do tema, com objetivo exploratório e descritivo, estando o texto estruturado em três seções

principais, após esta introdução. Inicia-se com uma apresentação do evento, sendo seguida da análise do cartaz da celebração e finalizando o texto com uma explanação acerca da evolução das mídias e de suas relações com o Círio de Nazaré no século XXI.

O ponto de partida do Círio

O trecho a seguir da música “Zouk da Naza”, de Almirzinho Gabriel, reforça a ideia de que quando a Virgem de Nazaré chegou em Belém do Pará, já era adorada em outros lugares do estado ou mesmo países, mas lá que ela havia resolvido ficar:

Nazaré chegou por aqui já era santa / E aqui já era aqui no mesmo lugar
Se acocorou pra beber água a chuva caiu / Resolveu ficar /
Tirou palha, envira, cipó, galinho de pau / Fez uma casinha arrumou co-
zinha e quintal / Assou peixe, fez avoado, tirou açaí Sem nada magoar /
Naza, Nazarézinha, Nazaré rainha / Nazaré, mãe da terra, maezinha
me ajuda a cuidar (GABRIEL, 2010).

De fato, fora do estado do Pará há um Círio ainda mais antigo: o de Saquarema. Realizado no mês de setembro na cidade de mesmo nome, no Rio de Janeiro, esse Círio teve sua 389^a edição em 2019. De acordo com o jornal O Saquá (2014), Remédios (2010) e a Arquidiocese de São Sebastião do Rio de Janeiro – ArqRio (2018), o início dessa celebração se deu em 1630 quando um pescador foi ver suas redes de pesca localizadas no mar de Saquarema após uma tempestade, assim encontrando nas pedras de um morro próximo a imagem de Nossa Senhora de Nazaré, levando-a para casa. No dia seguinte, viu que a imagem havia reaparecido no mesmo local que havia sido encontrada, tendo o achado da imagem sido seguido por muitos milagres na região.

A origem dessas festividades está envolta em lendas e mitos, que se misturam a fatos históricos e de origens diversas. Essa fé na Virgem nos municípios paraenses é uma característica da religião católica trazida pelos portugueses, uma vez que em Portugal ela também é adorada. Conta-se que a imagem local de Nossa Senhora de Nazaré fora esculpida por São José e encontrada tempos depois, no século XII, por Dom Fuas Roupinho, em 14 de setembro de 1182 (PENTEADO, 1998).

O próprio Penteado (1998) questiona esse primeiro mito, afirmando que o documento de doação das terras por D. Fuas seria falso, além de que a Virgem de Nazaré só teria sido associada ao milagre de Roupinho no meio do século XVII. Porém, o mito de D. Fuas e o milagre atribuído à Nossa Senhora de Nazaré continua sendo fortemente ligado à construção do Santuário à Virgem. Explica o pesquisador que esse tipo de discurso justificativo da produção de narrativas do passado pode divergir da apuração de uma análise científica, vez que seus argumentos são de ordem espiritual, para incentivar a vinda de peregrinos e espalhar o culto a Maria, compreendendo ao local do Santuário um valor sagrado.

O discurso é uma maneira de se referir ou construir conhecimento sobre determinado tópico, explica Hall (2016). Assim, a “discursiva” é uma terminologia que faz referência às abordagens nas quais o sentido, a representação e a cultura são elementos constitutivos, como no caso do Santuário de Nazaré em Portugal. O discurso justificativo que constrói a narrativa de D. Fuas, o mito inicial, é parte do imaginário que envolve esses três fatores e que dá ao Santuário uma espécie de “validação” popular com atribuição de valor sagrado. Esse sagrado ligado à fé e à Virgem de Nazaré é carregado de símbolos que, para o autor, podem ser chamados de signos que “indicam ou representam os conceitos e as relações entre eles que carregamos em nossa mente e que, juntos, constroem os sistemas de significado da nossa cultura” (HALL, 2016, p. 37). Reconhecer os signos referentes aos cultos de Nossa Senhora de Nazaré e as semelhanças entre seus símbolos, levando em consideração as ponderações do autor, fazem com que a fé mariana possa ser reconhecida como uma linguagem que foi carregada pelos portugueses até as terras nortenhas do Brasil.

“É difícil separar o mito da história apoiada em documentos”, explica o IPHAN (2006, p. 11). Os fenômenos da memória, tanto em termos biológicos quanto psicológicos, são apenas os resultados de sistemas dinâmicos de organização. Para LeGoff (2003), esses fenômenos existem apenas na medida em que a organização os mantém ou os reconstitui. Adicionalmente, Gondar (2008) explica que essa visão abre a possibilidade para uma memória que pode ser criada e recriada, levando em consideração novos sentidos trazidos por sujeitos sociais, individuais e coletivos.

Dessa forma, toda vez que um indivíduo tenta se lembrar de um

momento específico que já aconteceu, sua memória é reconstruída e revisitada. Quando se juntam os “pedaços” do que já passou, surge uma imagem nova que pode ajudar o indivíduo a encarar a vida no presente (CANDAU, 2011). Pollak (1992), por sua vez, traz a memória como um fenômeno construído, tanto conscientemente quanto inconscientemente, e resultado de um trabalho de organização que grava, realça e exclui, cuja principal característica é ser seletiva, fazendo referência não apenas à vida, mas a flutuações e preocupações dos momentos em que esta é expressa e articulada.

A sensação de rememoração está profundamente ligada ao Círio de Nazaré, sendo este um tipo de patrimônio que faz parte da vida dos paraenses de uma maneira profunda. Muitas vezes as pessoas “não conseguem nem mesmo dizer o quanto ele é importante e por quê. Mas caso elas o perdessem, sentiriam falta” (IPHAN, 2013, p. 5). O mito de origem desse Círio, em Belém, é passado de geração a geração. É construído em torno da ideia de que um caçador, por volta de 1700, teria encontrado uma imagem de Nossa Sra. de Nazaré às margens do igarapé Murutucu. Plácido José de Souza, como apresenta Rocque (2014), a teria encontrado intacta, com um manto reluzente de seda e levou-a para casa. Porém, na manhã seguinte, a imagem teria sumido. Procuraram por vários lugares até que o caçador voltou ao local em que a tinha encontrado pela primeira vez e, para a sua surpresa, lá estava ela.

Toda vez que a imagem era retirada do seu lugar, na manhã seguinte aparecia novamente lá. “A notícia desse milagre correu pela cidade. Crédulos e incrédulos dirigiram-se para a casa de Plácido, testemunha das fugas da Santa” (ROCQUE, 2014, p. 31). Devido ao milagre do retorno da imagem pela manhã, ali mesmo à beira do igarapé foi erguido um altar para adoração da Virgem de Nazaré. Hoje lá se localiza o Santuário de N. Sra. de Nazaré:

Figura 01: Imagem de N. Sra. de Nazaré, encontrada por Plácido, 2018, Diretoria da Festa de Nazaré.



Ramos (2018) mostra que a devoção à Nossa Sra. de Nazaré teve como catalisador um palco popular que envolvia tragédias, dramas humanos e perigos que se encontravam em Portugal e em Belém, onde a Virgem atuava como mediadora entre os lamentos e esperanças do povo. “Assim, atualiza-se em Belém a continuidade de uma tradição religiosa em uma linguagem mítica e simbólica” (RAMOS, 2018, p. 80). Dessa forma, o fato de a Santa “escolher” o lugar onde ficará resulta na sacralização de um espaço significante para uma territorialidade. E mais, a imagem de quase 30 centímetros e feições portuguesas (Figura 01) pode ser tida como testemunha da reconfiguração do campo semântico pela transmutação de significados lusitanos para a realidade cultural-religiosa amazônica, explica o autor.

Desde então, o Círio de Nazaré é um acontecimento que envolve, direta ou indiretamente, católicos e não católicos. Mobiliza toda a população do estado e sua influência se estende para além dos limites do Pará, apesar de em Belém ter sua amplitude máxima, configurando-se como uma festividade das mais importantes do Brasil. Trata-se, então, muito mais do que um mero fenômeno religioso, devendo ser observado sob diversos pontos de vista: religioso, estético, turístico, cultural, sociológico, antropológico etc. (IPHAN, 2006).

A primeira procissão do Círio de Nazaré em Belém aconteceu no segundo domingo de outubro, em 1793, como é feito até os dias de hoje. Pela manhã ocorre o traslado da imagem peregrina da catedral da Sé até a Basílica Santuário, acompanhada por milhares de fiéis. A imagem original, como é conhecida a imagem de madeira esculpida em estilo barroco e encontrada por Plácido, foi parte da procissão do Círio de 1793

a 1919. Com o objetivo de preservar a original, segundo a Diretoria da Festa (2019), de 1920 a 1968 a imagem utilizada foi a do colégio Gentil Bittencourt, feita de gesso e com estilo diferente da imagem anterior, o que causava descontentamento dos fiéis. Fotografias e as medidas da imagem original foram enviadas ao escultor Giácomo Mussner, com um pedido: “Maria teria que ter o rosto das mulheres amazônicas e o Menino Jesus a aparência de uma criança indígena” (DIRETORIA DA FESTA, 2019). Assim, a partir de 1969, a festividade passou a utilizar essa segunda imagem, que ficou conhecida como Imagem Peregrina.

As características do cartaz do Círio

A Imagem Peregrina na época do Círio recebe tratamento de Chefe de Estado. Quando faz visitas em instituições, órgãos públicos, escolas etc. sempre é escoltada em seu carro oficial (Figura 02) por guardas municipais ou pela própria polícia. Ainda há a *persona* criada para a representante de Nossa Sra. de Nazaré: a imagem nunca é levada aos lugares, ela que vai. “Ela que abençoa, ela que olha por nós”, acreditam os paraenses.

Figura 02: Carro oficial do Círio, 2019, acervo pessoal.



Estampado no carro é possível ver uma imagem da santa, que segue um padrão estabelecido para o Círio do ano, sendo mais perceptível no mais distribuído meio de divulgação da festividade: o cartaz. Este sempre traz a imagem de Nossa Sra. de Nazaré no centro e já é parte das tradições envolvendo a celebração de outubro. Nele, é simbolizada toda a identidade visual construída para o Círio, principalmente se forem

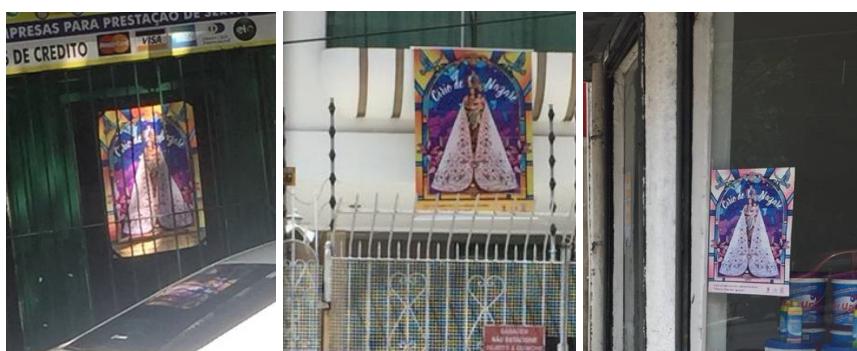
considerados os da última década. Ele aparece de diversas formas e em diversos formatos: distribuído por empresas como brindes; como parte dos jornais; nas lembranças vendidas em várias partes da cidade. Há 29 anos a empresa Mendes Comunicação é responsável pelo cartaz e sua concepção.

Meses antes da quinzena Nazarena, há um evento apenas para a apresentação do cartaz para o ano e, após a sua concepção, é possível encontrar nas portas de casas e janelas de prédios da cidade de Belém o cartaz com a Virgem de Nazaré em exibição. Quando se aproxima a data do Círio de Nazaré, aumenta o número de cartazes espalhados pelas ruas, como se vê nas imagens mostradas nas Figura 03 e 04, obtidas no mês de setembro de 2019 em um trajeto de trinta minutos. É comum enfeitá-lo ou até mesmo deixá-lo na porta até o outro ano.

Figura 03: Cartazes passados do Círio de Nazaré, 2019, acervo pessoal.



Figura 04: Cartazes do Círio 2019, 2019, acervo pessoal.



No site do Círio de Nazaré, a Diretoria da Festa disponibiliza cartazes digitalizados de vários anos, sendo o mais antigo de 1886. Há um detalhe perceptível quando se analisa cada cartaz apresentado desde 1997: a ilustração do tema anual da Festa de Nazaré, o que é algo recente nos quase 300 anos de celebração à Nossa Senhora de Nazaré em Belém. Por exemplo, no ano de 2019, o tema do Círio de Nazaré foi “Nazaré, Mãe da Igreja”.

Em anos anteriores, já foram temas da festividade e de seus respectivos cartazes: Uma jovem chama Maria (2018); Maria, estrela da evangelização (2017); Salve, Rainha, Mãe de Misericórdia (2016); Maria, Mulher Eucarística (2015); Ensina teu povo a rezar (2014); A igreja em oração, unida a Maria, mãe de Jesus (2013); Ao Pai, por Cristo, no Espírito Santo, com Maria e do jeito de Maria (2012); Fazei tudo o que Ele vos disser (2011); Maria, a bem-aventurada porque acreditou (2010); 100 Anos da Basílica-Santuário (2009); Uma Belém de Maria, escolhemos a vida como missão (2008); Com a Rainha da Amazônia formemos comunidades missionárias (2007) etc.

O primeiro cartaz, que foi abre-alas ao tema anual da Festa de Nazaré, trouxe em 1997 a temática: Com Maria, na estrada de Jesus, rumo ao novo “miléio” (não fica claro se é um erro de digitação no cartaz). Após 2001 o cartaz passou a trazer a Imagem Peregrina sempre trajada com o manto do ano anterior. Foi a partir do novo milênio também que se começou a fazer uma espécie de padronização na construção do cartaz, trazendo os seguintes elementos: a Imagem Peregrina como ponto central, o manto do ano anterior, um plano de fundo em sintonia com o tema do ano, as logos da Diretoria da Festa, da Basílica Santuário e da Arquidiocese de Belém, a data da principal procissão, e o nome da cidade de Belém. O novo milênio veio acompanhado também de avanços tecnológicos e midiáticos na forma como o Círio de Nazaré se comunica com seus fiéis.

A evolução das mídias e do círio de nazaré no século XXI

A utilização de cartazes para divulgação do Círio de Nazaré, com o passar dos anos, transcendeu sua finalidade originária, transformando-se em um símbolo de identificação da população com o grande

evento, de presentear amigos e de guardar em casa uma memória de um período que vai além da quadra Nazarena. Ao serem distribuídos meses antes do Círio ser realizado, servem como uma forma de evangelização e preparação para os diversos eventos de divulgação que ocorrem durante todo o ano, tendo seu ápice na grande procissão realizada no segundo domingo de outubro.

O processo de globalização, vivenciado nas últimas décadas, e o surgimento de novas mídias trouxeram novas perspectivas para a Diretoria da Festa, tanto na organização e realização dos eventos secundários e das grandes procissões ligadas ao Círio, como para obtenção de novos grupos de interesses, a fim de romper as barreiras territoriais da cidade. A globalização flexibilizou os conceitos de proteção, soberania e indivisibilidade das nações, criando uma sociedade global mais conectada, introduzindo novas formas de se relacionarem, ampliando o alcance da cultura e proporcionando o compartilhamento de novos conhecimentos de forma instantânea, explicam Coutinho e Quartiero (2009).

As novas comunicações e novas mídias se tornaram parte da divulgação do Círio de Nazaré, transformando por completo a forma como a Diretoria da Festa chegava à população. As primeiras procissões, ainda no final do século XVIII, não possuíam divulgação oficial, e o processo de expansão do Círio deu-se por relatos passados entre as pessoas, principalmente daquelas que vinham do interior e levavam para suas cidades natais todo o imaginário e os percursos da homenagem à imagem encontrada por Plácido. A mídia do “boca a boca” foi uma das grandes responsáveis por consolidar o mito da criação, sendo introduzida posteriormente a distribuição dos cartazes e a evangelização nas casas pela Diretoria da Festa, a partir da metade do século XX.

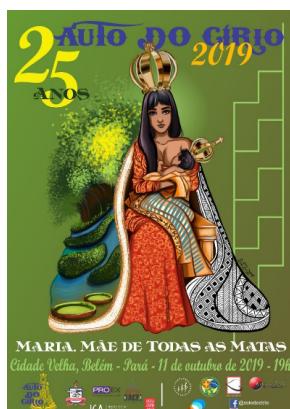
As primeiras notícias de jornal foram veiculadas principalmente no jornal “O Paraense” – cuja primeira tiragem foi em 1822 – e tiveram papel fundamental em relatar as procissões realizadas pelo governo da província do Grão Pará, em conjunto com a igreja católica, responsáveis à época pela realização das festividades até a criação da Diretoria da Festa, possibilitando o registro histórico de diversos momentos importantes para a procissão. Essa fase inicial foi essencial para a consolidação dos símbolos utilizados durante as romarias (berlinda, corda, carros etc.) e para a produção do espaço-tempo do Círio, de forma a consolidar o evento, como destacado por Costa et al. (2006).

No século XX, a televisão ocupou um papel essencial na divulgação e transmissão do Círio de Nazaré, principalmente as locais, com pouca abrangência nacional. As emissoras passaram a incluir em suas programações diversas reportagens e propagandas meses antes do mês de outubro, reproduzindo o mito da criação para diversos telespectadores e dando voz a diversos romeiros, para que pudessem compartilhar seus momentos de emoções e fé.

A evolução da divulgação, no entanto, manteve o papel de destaque do cartaz do Círio, sendo um símbolo de representação de todas as festividades que compõem o período da quadra Nazarena. As chamadas de reportagens e a divulgação oficial vinham acompanhadas das imagens do cartaz do ano, aumentando o interesse dos telespectadores em adquirir um exemplar e mantendo a tradição secular.

A tradição do cartaz do Círio como um símbolo de representação midiático da festividade não se restringiu somente aos eventos realizados pela Diretoria da Festa, mas se estendeu a outros, como o Auto do Círio, que faz parte do calendário de festividades, como aponta o IPHAN (2006). O Auto do Círio foi um dos eventos a absolver a tradição de utilizar um cartaz oficial como forma de divulgação do cortejo/espetáculo, criando uma identidade visual única a cada ano, de forma a apresentar o enredo que será abordado pelos artistas, conforme se observa na figura abaixo:

Figura 05: Cartaz Oficial Auto do Círio 2019, 2019, Tarik Coelho.



A utilização dos cartazes remonta a um tempo em que existiam pou-

cos meios de divulgação das procissões e dos eventos. A globalização e o avanço tecnológico oportunizaram o surgimento de novas formas de comunicação no século XXI, principalmente pelo advento dos smartphones e o surgimento de redes sociais como o Instagram, Facebook e Twitter, que trouxeram mudanças na forma da população consumir conteúdo de uma forma geral, alterando bastante o modo como as mídias são utilizadas e os formatos delas:

Contudo, uma rápida consulta aos congressos e revistas especializadas em mídia permite perceber que há uma mudança de paradigma em andamento. O século XXI trouxe a consolidação de novas mídias e, junto com elas, a emergência de uma nova forma de consumir mídias, na qual o controle, historicamente pertencente aos veículos, passa gradativamente para os consumidores (CHIMENTI; NOGUEIRA; RODRIGUES, 2012, p. 250).

Interessante observar, contudo, que o sentimento de pertencimento cultural continua sendo um dos principais pontos de identificação da pessoa com o seu local de origem, sentimento este que se renova a cada Círio de Nazaré. As comunidades e as culturais locais, se tornam um refúgio aos impactos da globalização, mantendo vivas as tradições locais, sem deixar de incorporar os avanços trazidos pelas mudanças das últimas décadas, acima referidas.

A ideia de redução da diversidade cultural pelos efeitos de homogeneidade dos povos advindos do processo de globalização mostrou-se, na prática, bem menos acentuada do que se esperava no início do século XXI. As tradições mantiveram-se vivas anos após anos, podendo ser divulgadas e compartilhadas com milhares de pessoas, até mesmo de forma instantânea, a partir da introdução de novas ferramentas de comunicação por todo o mundo, atraindo novos interessados e aproximando aqueles que já não estavam mais inseridos no contexto regional:

Uma das facetas mais importantes na atualidade para a teoria da comunicação social é a dimensão que o consumo assume na vida prática e na produção de significados. Ele está na esfera central do existir cotidiano e do viver em comunidade no capitalismo pós-moderno. O consumo é hoje o que nos diferencia no mundo e, ao mesmo tempo, o que nos homogeneiza. Ao consumir existimos, ao consumir imagens consumimos bens econômicos, culturais e simbólicos (COUTINHO; QUARTIERO, 2009, p. 56).

As redes sociais se tornaram uma das maiores fontes de comunicação, podendo um conteúdo ser compartilhado com milhares de pessoas de forma instantânea, criando novos formatos de mídia e de atingir o público alvo na divulgação de produtos e eventos (MORALES et al., 2013). Isso não passou despercebido pela Diretoria da Festa, que modernizou a sua forma de comunicação com os fiéis e os interessados pelo evento. Assim, a criação dos perfis oficiais do Círio de Nazaré⁴ em redes sociais ajudou a aumentar o número de pessoas interessadas nos diversos eventos realizados pela Diretoria da Festa, desde aqueles que antecedem até aos que compõem a quadra Nazarena. Isso sem contar os que fazem parte do calendário oficial do Círio, responsáveis pela propagação do evento para os mais diversos locais pelo mundo.

Durante as festividades, observa-se uma crescente interação nas redes sociais e o engajamento dos seguidores nas publicações. E mais, o Círio na forma digital não se limitou a acumular “curtidas”, mas também trouxe uma nova dinâmica até mesmo na evangelização. No aplicativo oficial, o usuário tem acesso a diversas atividades de evangelização, podendo utilizar os serviços que melhor lhe atendem, seguindo a dinâmica de consumo individual, proporcionado pelas novas mídias:

A popularização de redes sociais reflete a necessidade de autoexpressão dos consumidores, ávidos por partilhar experiências. Assim, as novas mídias podem favorecer a coleta de dados de consumo individuais para elaboração de anúncios relevantes (CHIMENTI; NOGUEIRA; RODRIGUES, 2012, p. 256).

O aplicativo apresenta várias funcionalidades, sendo possível acessar a história do Círio, em que o mito da criação é abordado sob diversas óticas, replicando a história do descobrimento da imagem por Plácido e sua consolidação como a “padroeira dos paraenses”. Outras funções que merecem destaque são o “livro de peregrinação”, as “orações do terço” e a “liturgia diária”, que expandiu o poder de evangelização da igreja, aproximando os fiéis das atividades eucarísticas realizadas. Durante as procissões, inclusive, é possível acompanhar a berlinda em tempo real, devido ao sistema de GPS integrado ao aplicativo.

Uma das características que mais chama atenção é a utilização do cartaz do Círio como “background” do aplicativo, reforçando o papel

⁴ Instagram: @ciriooficial / Twitter: @CirioOficial

importantíssimo que este tem como símbolo de identificação das romarias. Dentro do aplicativo, existe também uma galeria com os cartazes de diversas edições em exposição, podendo ser acessado por diversas gerações em qualquer parte do mundo, resgatando memórias e perpetuando as lembranças que cada um dos cartazes traz do ano em que foi vivenciado o Círio.

Figura 06: Aplicativo Oficial do Círio 2019, 2019, Acervo Pessoal.



Percebe-se que a introdução das novas tecnologias e mídias que ampliaram a forma de divulgação e de acompanhar o Círio de Nazaré foi a grande inovação implementada pela Diretoria da Festa no século XXI. Em anos anteriores, o processo de expansão se dava com a inclusão de novas procissões, novas rotas de peregrinação; já na atualidade, as mídias digitais são a grande revolução no processo de evangelização, replicação e consolidação dos mitos e dos símbolos do Círio, mantendo-o como símbolo de integração entre o passado e o presente no cartaz oficial.

Mais contemporaneamente, esses elementos materiais e simbólicos, com as novas técnicas provenientes do design, das tecnologias audiovisuais, da rede de informação-comunicação e transportes, têm sido valorizados e, por isso, consumidos pelas classes sociais de maior renda, que sustentam, mais efetivamente, o desenvolvimento

da indústria do turismo. Desse modo, é o simbolismo adquirido pela vinculação ao Círio que faz com que as manifestações e bens culturais tradicionais, modernizados pelas novas técnicas, sejam legitimados como passíveis de consumo em grandes proporções no âmbito da economia lúdica da fé (MATOS, 2015, p. 6).

A introdução de novas mídias possibilitou inclusive a captação de mais patrocinadores e apoiadores para as festividades do Círio, devido à maior visibilidade das marcas durante todos os meses de divulgação intensa, aumentando, dessa forma, as receitas e possibilitando novos investimentos. O ritual das procissões do Círio de Nazaré também foi alterado com as redes sociais, possibilitando a cobertura ao vivo pelos canais oficiais da Diretoria da Festa e interações em tempo real pelo aplicativo oficial. As redes sociais foram responsáveis também pela mudança do público de uma das procissões principais, a transladação, com maior participação de pessoas mais jovens, e proporcionaram ainda a criação de uma nova procissão, a da juventude, cujo público alvo são os jovens que já nasceram na era digital.

Portanto, pode-se observar que o processo de modernização midiática do Círio de Nazaré trouxe inúmeras possibilidades de expansão das festividades, atraindo novos interessados nos eventos que acontecem antes e durante a quadra Nazarena, sem deixar de lado as tradições, os mitos e os antigos costumes, integrando-os na era digital, consolidando assim os símbolos que representam muito mais do que uma procissão, mas parte da história cultural de um povo.

Conclusão

Este artigo teve como objetivo revisitar o mito da criação do Círio de Nazaré em Belém do Pará, demonstrando a consolidação dos símbolos como forma de representação das festividades, para responder questão norteadora desta pesquisa e compreender como as mídias se apropriaram desses símbolos e os incorporaram ao longo dos anos.

O Círio de Nazaré remonta ao final do século XVII, sendo consolidado na cidade de Belém somente no final do século XVIII, conforme o Dossiê do Círio feito pelo IPHAN, em 2006, período em que os principais

símbolos do Círio se consolidaram. O mito da criação, em que Plácido encontra a imagem de Nossa Senhora às margens de um rio, foi replicado por gerações e gerações e passou a integrar o imaginário popular de todos os devotos e moradores do Estado.

Dentre os símbolos, o artigo buscou explorar como o cartaz oficial do Círio se tornou um dos principais modos de divulgação e de identificação da população com as procissões, sendo replicado por diversos meios e enfeitando as casas dos moradores da cidade, como um lembrete permanente dos Círios que passaram e dos que estão por vir. Anualmente, a Diretoria da Festa cria uma identidade visual única, que retrata a temática que será proposta nas procissões do ano vigente, sendo esse costume replicado por outros eventos, como o Auto do Círio, que abraçou a tradição dos cartazes como forma de identificação.

Unindo tradição e modernidade, seguindo uma tendência de globalização e utilização de novas mídias, o Círio de Nazaré evoluiu a sua forma de divulgação e de atrair novos interessados, passando da divulgação em jornais impressos e na televisão para as redes sociais, reunindo milhares de seguidores em suas páginas principais. Essa nova era trouxe diversas novas opções de evangelização e de contato com os interessados nas festividades, ampliando os grupos de interesses ligados ao Círio, aumentando o interesse pelo evento e atraindo mais empresas, que viram nas divulgações digitais uma opção de associação positiva de suas marcas.

Apesar dos avanços, um símbolo permanece firme em seu papel de identificação primária com as festividades, o cartaz oficial. Nas redes sociais, no aplicativo e nos mais diversos meios de comunicação, a replicação do cartaz ganhou o mundo como um símbolo de divulgação e de associação saudosista a uma tradição, que se iniciou às margens de um rio há três séculos atrás.

Dessa forma, conclui-se que as lendas e as tradições recontadas há séculos nas ruas de Belém do Pará foram incorporadas pela revolução na forma de divulgação de uma das mais tradicionais procissões religiosas do mundo, mantendo os seus símbolos e atraindo cada vez mais pessoas para o manto protetor de Nossa Senhora de Nazaré.

REFERÊNCIAS

ARQUIDIOCESE DE SÃO SEBASTIÃO DO RIO DE JANEIRO – ArqRio. **Rio recebe visita da padroeira dos paraenses**. Postado em: 24/10/2018. Disponível em: <<http://arqrio.org/noticias/detalhes/6925/rio-recebe-visita-da-padroeira-dos-paraenses>> Acesso em: 05 nov. 2019.

BRASIL. Decreto 3.551/2000. **Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3551.htm> Acesso em: 06 set. 2019.

CANDAU, Joel. **Memória e Identidade**. Tradução de Maria Letícia Mazzucchi Ferreira. 1ª edição. São Paulo: Editora Contexto, 2011. 224 p.

CHIMENTI, Paula; NOGUEIRA, Antonio Roberto Ramos; RODRIGUES, Marco Aurelio de Souza. O impacto das novas mídias para os anunciantes brasileiros. R.Adm., São Paulo, v. 47, n. 2, p. 249-263, abr./maio/jun. 2012.

COSTA, F. de A.; DINIZ, M. B.; FARIAS, A. M. de M.; SOUSA, J. N.; COSTA, J. de A. Círio de Nazaré: economia e fé. Relatório final. Rio de Janeiro: IE/ RedeSist, 2006. Disponível em: <<http://www.agencia.fapesp.br/arquivos/cirio.pdf>> Acesso em: 05 set. 2019.

COUTINHO, Lidia Miranda; QUARTIERO, Elisa Maria. Cultura, mídias e identidades na Pós-modernidade. Revista Perspectiva. Florianópolis, v. 27, n. 1, 47-68, jan./jun. 2009.

CULTURA VIGILENGA. **Círio de Vigia o mais antigo culto a Nossa Senhora do Pará**. Disponível em: <https://www.culturavigilenga.com/cirio-de-vigia-o-mais-antigo-do-pará>. Acesso em: 02 set. 2019.

DIRETORIA DA FESTA DE NAZARÉ. **Descida da Imagem Original será neste sábado (26)**. Texto de Yêda Sousa. Postado em: 25/05/2018. Disponível em: <<http://ciriodenazare.com.br/site/noticias/descida-da-imagem-original-sera-neste-sabado-26/>> Acesso em: 02 set. 2019.

DIRETORIA DA FESTA DE NAZARÉ. **Símbolos. Círio de Nazaré**. Disponível em: <<https://ciriodenazare.com.br/site/cirio/simbolos/>> Acesso em: 03 set. 2019.

FARIAS, Euclides. **Vós Sois o Lírio Mimoso**. 1909.

GABRIEL, Almirzinho. **Zouk da Naza**. 2010.

GONDAR, Jô. Memória individual, memória coletiva, memória social. In: **Morpheus – Revista Eletrônica em Ciências Humanas**. Ano 08, N. 13. 2008.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Organização e revisão técnica: Arthur Ituassu; Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Apicuri, 2016. 260 p.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Dossiê: Círio**. Brasília, DF: IPHAN, 2006. 105 p.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Educação Patrimonial: Manual de Aplicação**. Programa Mais Educação. Brasília, DF: IPHAN/DAF/COGEDIP/CEPUC, 2013. 85 p.

JORNAL O LIBERAL. **Conheça a história da imagem de Nossa Senhora de Nazaré que fica em Bragança, no Pará**. 2018. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pa/para/jornal-liberal-2edicao/>>

videos.t/edicoes/v/conheca-a-historia-da-imagem-de-nossa-senhora-de-nazare-que-fica-em-braganca-no-para/7052257/ Acesso em: 02 set. 2019.

LEGOFF, Jacques. **História e Memória**. Tradução de Bernardo Leitão, 5^a edição – São Paulo: Campinas, editora da UNICAMP, 2003. 477 p.

MATOS, Lucília da Silva. A festa do Círio de Nazaré em Belém-PA: relações entre cultura, turismo e lazer. 2015. Disponível em: < <http://sociologia-alas.org/acta/2015/GT22/A%20festa%20do%20c%C3%A9rio%20de%20nazar%C3%A9%20em%20bel%C3%A9m%C3%A9mpa%20rela%C3%A7%C3%B5es%20entre%20cultura%20turismo%20e%20lazer.pdf>>. Acesso em: 06 set. 2019.

MATOS, Lucília da Silva. Belém em Festa: a economia lúdica da fé no Círio de Nazaré. 280 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

MORALES, Ofelia Elisa Torres; ROCHA, Paula Melani; SOUZA, Carlos Alberto de. Mídias Digitais e suas potencialidades nos tempos contemporâneos: estudo de caso “Mídia Ninja. Ação Midiática, n. 6. 2013 Curitiba. PPGCOM - UFPR, ISSN 2238-0701.

O SAQUÁ – O JORNAL DE SAQUAREMA. **Círio de Nazareth de Saquarema, o mais antigo do Brasil, nas ruas, nas águas e na internet**. Postado em: 17/09/2014. Disponível em: < <http://www.osaqua.com.br/2014/09/17/cirio-de-nazareth-de-saquarema-o-mais-antigo-do-brasil-nas-ruas-nas-aguas-e-na-internet/>> Acesso em: 05 nov. 2019.

O SAQUÁ – O JORNAL DE SAQUAREMA. **Começa dia 30 a Festa de Nazareth, que é o mais antigo círio do Brasil**. Postado em: 14/08/2019. Disponível em: < <http://www.osaqua.com.br/2019/08/14/comeca-dia-30-a-festa-de-nazareth-que-e-o-mais-antigo-cirio-do-brasil/>> Acesso em: 05 nov. 2019.

PENTEADO, Pedro. **Peregrinos da memória: O Santuário de Nossa Senhora de Nazaré**. Lisboa, 1998. 407 p.

POLLAK, Michael. Memória e Identidade Social. **Estudos Históricos**, vol. 05, n. 10. Rio de Janeiro: 1992. p. 200-212.

REMÉDIOS, Andréa G. M. dos. **Círio de Nazaré: Um Mosaico de Orações**. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2010.

ROCQUE, Carlos. **História do Círio e a festa de Nazaré**. Belém: IOE, 2014. 264 p.

ROGÉRIO, Cleyton. **Cartaz do Círio 2019 é apresentado aos fiéis em Belém**. Portal Tailândia. Postado em: 30/05/2019. Disponível em: < <https://portaltailandia.com/para/cartaz-do-cirio-2019-e-apresentado-aos-fieis-em-belem/>>. Acesso em: 05 set. 2019.

Data do recebimento: 10 setembro 2019

Data da aprovação: 08 novembro 2019

