

Círio de Nazaré

EXPERIÊNCIAS DE SENTIDOS E
SOCIABILIDADES POR MEIO DA
CULTURA MATERIAL



Gabriel da Mota Ferreira
BELÉM DO PARÁ - 2022



ppgCom
Programa de Pós-Graduação
Comunicação, Cultura e Amazônia - UFPA



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO, CULTURA E
AMAZÔNIA
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

GABRIEL DA MOTA FERREIRA

CÍRIO DE NAZARÉ: experiências de sentidos e sociabilidades por
meio da cultura material

BELÉM – PARÁ

2022

GABRIEL DA MOTA FERREIRA

CÍRIO DE NAZARÉ: experiências de sentidos e sociabilidades por meio da cultura material

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação. Área de Concentração: Comunicação.

Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais e Mdiatização na Amazônia.

Orientadora: Profa. Dra. Manuela do Corral Vieira.

BELÉM – PARÁ

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- F383c Ferreira, Gabriel da Mota.
 Círio de Nazaré : experiências de sentidos e sociabilidades por
 meio da cultura material / Gabriel da Mota Ferreira. — 2022.
 116 f. : il. color.
- Orientador(a): Prof^a. Dra. Manuela do Corral Vieira
 Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará,
 Instituto de Letras e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em
 Comunicação, Belém, 2022.
1. Círio de Nazaré. 2. Consumo. 3. Cultura material. 4.
 Experiências. 5. Sociabilidades. I. Título.

CDD 302.209811

GABRIEL DA MOTA FERREIRA

CÍRIO DE NAZARÉ: experiências de sentidos e sociabilidades por meio da cultura material

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação. Área de Concentração: Comunicação.

Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais e Mídiação na Amazônia.

RESULTADO: (**X**) APROVADO () REPROVADO

Data: 14 de março de 2022

Profa. Dra. Manuela do Corral Vieira
Orientadora – PPGCOM/UFPA

Prof. Dr. Luiz Cezar Silva dos Santos
Examinador Interno – PPGCOM/UFPA

Profa. Dra. Marcia Bezerra de Almeida
Examinadora Externa – PPGA/UFPA

BELÉM – PARÁ

2022

À Ivenise Canto da Mota e ao José Siqueira da
Mota, pelas saudosas lembranças dos Círios
que passamos juntos.

AGRADECIMENTOS

Como um sobrevivente da pandemia dos últimos dois anos, período que coincide com o de realização desta pesquisa, eu começo agradecendo a Deus e aos profissionais da Saúde por terem me ajudado a chegar até aqui – se não completamente são, pelo menos, salvo. Sinto que recebi uma oportunidade divina para viver, no momento certo, o sonho que tento realizar desde o ano de 2017. O mestrado me deu um sentido para seguir adiante enquanto toda a humanidade atravessava um período de incertezas, e o apoio financeiro que recebi da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) foi essencial para que eu pudesse me dedicar completamente aos estudos.

Deste ponto em diante, destaco familiares, professores e amigos que me apoiaram diretamente no cumprimento de mais uma etapa acadêmica.

Agradeço à família com quem convivo: Nise Mota, minha mãe, pela decisão irrevogável de priorizar meus estudos desde o início, por dizer que “todos os meus sonhos serão realizados” e por tudo o mais que eu não tenho ideia, mas que você fez para que eu chegasse até aqui. Ao José Ivenildo, meu tio, que me levava à escola em sua bicicleta quando eu ainda estava no maternal, e que hoje divide comigo as tarefas domésticas para que eu possa estudar em casa sem me sobrecarregar. À Poly e à Mônica, anjos da casa, pelos latidos, lambidas e olhares que me tiram qualquer desânimo. Obrigado por serem meu amparo!

À Manuela Corral, orientadora do Gabriel e não apenas da pesquisa dele. Desde o aceite deste projeto, obrigado pelas oportunidades que me deste, pela empatia e honestidade nas conversas sobre a vida, por ter repetido a frase “Vai dar certo!” incansavelmente. Por ter me integrado ao Consia, grupo de pesquisa ao qual sou grato pela formação acolhedora de pesquisadores e pelo acolhimento formador de pessoas, em diferentes estágios da vida, que buscam seguir na universidade.

À Raíssa Abraçado, que mereceria um tópico 1.1 nesses agradecimentos (se a ABNT permitisse) por tudo que passamos juntos nesse mestrado. Obrigado por superar minhas expectativas sobre o que é uma boa parceria entre orientandos: compartilhar disciplinas, trabalhos, surtos, gargalhadas, chamadas de vídeo, leituras de tarô e memes que podem surgir no estágio docência – “Muito bom! Nota: 0,5. Raíssa” é o melhor deles. Fico emocionado ao pensar que acompanhamos tão de perto a trajetória um do outro, torcendo um pelo outro, de mãos dadas. Obrigado, ainda, pela força que me deste durante o PS para o doutorado.

À Lanna Paula Ramos, por ser uma inspiração na vida acadêmica desde a iniciação científica, quando dividimos a sala do “Mídias”. Obrigado pelos conselhos sobre como

sobreviver ao mestrado, por ter revisado este trabalho com tanto carinho e por ter sido mais uma entusiasta do meu sonho de chegar ao doutorado.

À banca dos meus melhores sonhos, pelas contribuições na qualificação e pela enorme gentileza de aceitarem o convite para a defesa-relâmpago, o que me permitirá seguir para o doutorado em tempo. Professor Luiz Cezar (LZ), obrigado por acompanhar esta pesquisa desde a pré-qualificação e por ser uma referência em minhas análises; sinto-me privilegiado por ter você avaliando esses escritos. Professora Marcia Bezerra, que presente ter sido seu aluno! Desde que nos conhecemos, suas palavras tão generosas ressoam vez ou outra como um grande incentivo para eu continuar minha trajetória na pesquisa. Você e o professor LZ são inspirações para mim.

À Secretaria do PPGCOM-UFPA, pelo suporte na resolução de mil e uma dúvidas sobre documentações, processos e normas administrativas. Ao Rafael Acatauassú, obrigado pela sempre presteza no atendimento via *WhatsApp* e pela ajuda imensurável na transição para o doutorado.

Aos interlocutores da pesquisa, muito obrigado por compartilharem suas experiências com o Círio! Não pude olhar em seus olhos, mas li seus relatos e fiquei emocionado diversas vezes imaginando quem seriam e a quem se referiam. Com vocês, eu construí este trabalho.

Aos amigos, familiares e todas as outras pessoas que não apenas responderam os questionários, mas também ajudaram a espalhá-los em suas mídias sociais: minha profunda gratidão por ampliarem os limites do campo desta pesquisa.

Além de todas essas pessoas, outras tantas com quem cruzei ao longo da vida me encaminharam até aqui. Da escola à faculdade, conheci professores e profissionais da educação que acreditaram em meu potencial e, de muitas formas, me incentivaram a desenvolvê-lo. Obrigado a cada um!

À Roberta, ao Felipe e à Manu, meus primos (em idade escolar), obrigado pelas quinhentas vezes em que me pediram para explicar com o que eu trabalho. Eu não trabalho, “só” estudo, e é difícil de entender mesmo. Às tias Alessandra e Anne, e ao Carlos e ao Michael, obrigado pela torcida pelo meu sucesso e pelas oportunidades de trabalho que me deram enquanto viver de estudar é um desafio nesse país.

Aos meus avós, Ivenise Canto da Mota e José Siqueira da Mota (*in memoriam*), minha eterna gratidão pelo legado de simplicidade, amor e companheirismo que deixaram. Seu Gabito vai ser mestre e queria muito, muito que vocês estivessem aqui para ver.

À Universidade Federal do Pará, por ser o lugar onde me torno quem sou, e aos professores do PPGCOM que me inspiram a buscar a docência.

Sobretudo, obrigado à Nossa Senhora de Nazaré, a Estrela que me guia, por ser a Certeza de que alguém sempre roga por mim no mais alto dos Céus, e por tecer os meus caminhos nesta terra. “Tudo é incerto neste mundo hediondo, mas não o amor de uma mãe” (James Joyce).

“Objetos já não precisam ser reduzidos a sujeitos. Mas não há absolutamente razão alguma para colocar a cultura material no pedestal que agora parece vazio. Faz-se melhor o trabalho acadêmico a partir de posição mais modesta, com os pés no chão. Podemos alcançar essa modéstia, em parte, pela aceitação de nossa própria materialidade, assim como daquela do mundo”.

(MILLER, 2007, p. 118)

RESUMO

Esta pesquisa busca refletir sobre o papel dos objetos na constituição de processos comunicacionais no Círio de Nazaré, considerando os impactos da pandemia da Covid-19 nas práticas de consumo e de sociabilidades dos participantes em meio à suspensão de procissões e eventos presenciais na manifestação religiosa/cultural em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré, realizada anualmente na cidade de Belém, Pará, durante o mês de outubro. Abordando a perspectiva relacional da comunicação, pretendeu-se acionar experiências dos sujeitos em anos anteriores à pandemia e compará-las com a vivenciada em 2020, para compreender como a cultura material e o consumo auxiliam na compreensão das principais relações que esses participantes desenvolvem com o Círio, entre si (sociabilidades) e com as materialidades. Os procedimentos metodológicos incluem a elaboração de questionários *online* e a realização de observações *online* com inspirações netnográficas, bem como a recuperação de observações participantes realizadas em pesquisas anteriores sobre o Círio. Considera-se, a partir das experiências analisadas, que os objetos são elementos (i)materiais do Círio, constituidores dos sujeitos e de suas práticas sociais ao presentificarem ausências que integram os processos comunicacionais do fenômeno empírico estudado.

Palavras-chave: Círio de Nazaré; consumo; cultura material; experiências; sociabilidades.

ABSTRACT

This research aims to reflect on the role of objects in the constitution of communicational processes in the Círio de Nazaré, considering the impacts of the Covid-19 pandemic on the consumption and sociability practices of the participants amid the suspension of processions and face-to-face events in the religious/cultural event in honor of Our Lady of Nazaré, held annually in the city of Belém, Pará, during the month of October. Addressing the relational perspective of communication, it was intended to trigger the subjects' experiences in years prior to the pandemic and compare them with the one experienced in 2020, to understand how material culture and consumption help to understand the main relationships that these participants develop with the Círio, among themselves (sociabilities) and with materialities. The methodological procedures include the elaboration of questionnaires and the realization of online observations with netnographic inspirations, as well as the recovery of participant observations carried out in previous research on the Círio. Based on the analyzed experiences, it is considered that the objects are (i)material elements of the Círio, constituting the subjects and their social practices by presenting absences that integrate the communicational processes of the empirical phenomenon studied.

Palavras-chave: Círio de Nazaré; consumption; material culture; experiences; sociabilities.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras 1 e 2	À esquerda, a corda antes de ir para as ruas; à direita, nas mãos dos promesseiros.	33
Figura 3	Proximidade entre os corpos dos promesseiros na corda do Círio 2014.	35
Figura 4	Promesseiros guardam lugares na corda do Círio 2018.	37
Figura 5	Pedaços da corda na Abertura Oficial do Círio 2021.	39
Figura 6	Círio 2018: dos canteiros, arquibancadas e sacadas, olhares atentos para os promesseiros da corda enquanto erguem uma das estruturas de ferro das estações.	40
Figura 7	Promesseiros da Estação 5 (E5) da corda, no Círio 2015. Identifica-se a presença do objeto pela bandeira e pelas mãos erguidas dos promesseiros.	42
Figura 8	Corda no Círio de Nazaré 2014.	43
Figura 9	Notícia anunciando a chegada da corda para o Círio 2018.	45
Figura 10	Oferta de água para os promesseiros da corda no Círio 2015.	47
Figura 11	Campanha da Guarda de Nazaré pelo não-corte da corda no Círio 2019.	48
Figura 12	Jovens disputam um pedaço da corda na Trasladação 2014.	48
Figuras 13 e 14	Cartazes dos anos de 2020 e 2021, respectivamente.	57
Figuras 15 e 16	À esquerda, devoto publica o histórico dos cartazes do Círio desde o ano de 2010; à direita, devota compartilha customização feita em um exemplar impresso, do ano de 2021.	59
Figura 17	Cartaz oficial do Círio 2011.	60
Figura 18	Detalhes do cartaz 2021.	62
Figura 19	O cartaz que “sobreviveu” a um incêndio em Belém, agosto de 2019.	63
Figura 20	Corredor de um <i>shopping center</i> de Belém decorado para o Círio 2021.	65
Figuras 21 e 22	Mantos dos Círios 2020 e 2021, respectivamente.	66
Figura 23	Selo Oficial do Círio.	68
Figura 24	Anúncio da venda de cartazes 2021 em um dos pontos de comercialização física.	69
Figura 25	Visualização de produtos no <i>site</i> Lojinha do Círio.	70
Figuras 26, 27 e 28	Camisas oficiais do Círio dos clubes Tuna Luso, Paysandu e Remo, respectivamente.	71
Figura 29	Fitinha recebida de presente pelo pesquisador, às vésperas do Círio 2021.	71
Figura 30	Tradicional pato no tucupi à mesa.	76
Figuras 31 e 32	Anúncios publicitários das marcas “Sadia” (2020) e “Perdigão” (2015) para o almoço do Círio daqueles anos.	77
Figura 33	Maniçoba servida no prato.	79
Figuras 34 e 35	Memes sobre a presença da maniçoba no cotidiano da cidade. À esquerda, os potes fazem referência à distribuição de porções entre conhecidos; à direita, a fumaça na chaminé da Capela Sistina é ressignificada, simbolizando o cheiro do cozimento da maniva.	80

Figura 36	Mesa do almoço do Círio 2015 na casa do pesquisador, com a tradicional maniçoba e o frango no tucupi, além de outras opções de pratos e sobremesas.	82
Figuras 37 e 38	Imagem de N. Sra. de Nazaré em visita à UFPA, no ano de 2015.	87
Figura 39	Registro de um encontro de peregrinação que o pesquisador participou no ano de 2019.	88

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Interlocutores relatam de quais maneiras já adquiriram pedaços da corda.	30
Tabela 2	Relatos sobre ausência da corda no Círio 2020.	32
Tabela 3	Relatos sobre ausência do contato físico no Círio 2020.	34
Tabela 4	Relatos dos interlocutores sobre momentos de confraternização no Círio.	46
Tabela 5	Respostas sobre o significado de N. Sra. de Nazaré.	55
Tabela 6	Relatos sobre o papel exercido por determinadas pessoas no preparo do almoço.	84
Tabela 7	Relatos sobre os sentidos em comemorar o Círio no cenário pandêmico.	92

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO DA PESQUISA	14
A CORDA, A SANTA E O ALMOÇO: EIXOS EXPLICATIVOS	24
1 A CULTURA MATERIAL NA CORDA DO CÍRIO DE NAZARÉ	28
1.1 Sobre a ideia de utilidade e suas reconfigurações	33
1.2 Sobre o encantamento gerado pela corda <i>no</i> Círio	37
1.3 Sobre os universos simbólicos e o agenciamento dos objetos	44
2 AS IMAGENS DE NAZARÉ PELO VIÉS DO CONSUMO	52
2.1 O cartaz que anuncia, agencia e é agenciado	58
2.2 Marketing religioso e de entretenimento nos produtos do Círio	66
3 SOCIABILIDADES NO ALMOÇO DO CÍRIO	74
3.1 O alimento construtor e mapeador de memórias	85
3.1 O alimento construtor e mapeador dos encontros e das dádivas	90
CONSIDERAÇÕES FINAIS	94
REFERÊNCIAS	97
APÊNDICES	
Apêndice A – Questionário <i>online</i> “Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?”	102
Apêndice B – Questionário <i>online</i> “Círio de Nazaré 2020”	111

APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

A afirmação-subtítulo desta pesquisa resume o que é o Círio de Nazaré para mim, há 25 anos: uma experiência de sentidos (muitos) e de sociabilidades, que são reconfiguradas continuamente, a depender do momento de vida em que os sujeitos envolvidos se encontram. E assim o é há muito mais tempo, precisamente 229 anos. No mês de outubro, a cidade de Belém, no Pará, torna-se ambiência de uma das maiores manifestações religiosas/culturais do Brasil, em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré. Nesta região do país, a devoção católica à Maria, mãe de Jesus Cristo, não se restringe a práticas exclusivamente cristãs, como a realização de procissões e celebrações eclesiais. O que ocorre, tanto nos rituais estabelecidos pela Igreja quanto pela sociedade civil, é a expressão de aspectos da cultura local que dão a ver marcas da identidade paraense.

A começar pela história de origem do próprio Círio (IPHAN, 2006), datada do ano de 1700, quando Plácido José de Souza encontrou a Imagem Original¹ de Nossa Senhora de Nazaré às margens do igarapé Murutucu e a levou para casa. No dia seguinte, a Imagem teria desaparecido de onde Plácido a deixou, e reaparecido no local do achado. Com a repetição do fato algumas vezes, foi construída uma capela para a Santa ali mesmo, às margens do Murutucu. A história do achado primeiro se popularizou entre os habitantes locais, para depois ser institucionalizada pela Igreja, até a realização oficial da primeira procissão do Círio, em 1793 (IPHAN, 2006). Além disso, onde foi erguida a primeira capela para a Virgem de Nazaré, atualmente fica localizada a Basílica Santuário de Nazaré, região central de Belém.

Além da religiosidade como pilar semântico dessa manifestação paraense, o aspecto cultural também é fundamental para compreender o que é o Círio e seus processos comunicativos. Por isso, o consumo, como prática social e cultural, torna-se uma categoria subsequente nesta pesquisa, compreendida a partir da circulação de significados culturais por meio dos objetos consumidos (MCCRACKEN, 2007), o que implica em uma constante reorganização da produção simbólica de experiências e de práticas cotidianas (FEATHERSTONE, 1995) por meio da troca.

Assim, em um horizonte hermenêutico tão relativo para os sujeitos, que podem atribuir ao Círio significados religiosos e/ou culturais, de acordo com suas próprias formas de vivenciá-

¹ Denominação dada à imagem encontrada por Plácido, levada nas procissões do Círio até o ano de 1968, quando foi substituída por uma réplica, a Peregrina. Possui traços fenotípicos “de uma senhora portuguesa” (CÍRIO DE NAZARÉ, 2021). Permanece no altar-mor da Basílica Santuário, de onde é retirada somente em celebrações religiosas especiais.

lo, os objetos podem, em seus aspectos físicos, carregar sentidos objetivados materialmente pelas pessoas que fazem o Círio. Quando se fala de experiências de “sentidos”, procura-se valorizar a dimensão sensível que permeia o Círio de Nazaré², aproveitando-se da ambiguidade do termo para dar conta de duas demandas que o fenômeno empírico nos coloca: os sentidos semânticos, da ordem das significações, e os sentidos sensoriais, da ordem dos sentimentos e sensações. Sentidos compartilhados na esfera social, em situações de sociabilidade, que também são analisadas nesta pesquisa.

Coincidindo com o início desta pesquisa, em março de 2020, a pandemia da Covid-19 (causada pelo coronavírus do tipo SARS-CoV-2 e iniciada em novembro de 2019, na cidade de Wuhan, China) chegou ao Brasil impondo alterações imediatas nas práticas de sociabilidade cotidiana: na ausência de tratamentos de prevenção e de vacinas contra a chamada Covid-19, síndrome respiratória provocada pelo vírus e altamente transmissível, o distanciamento físico-social foi a mais urgente medida de contenção do contágio. Além disso, não demorou para que o uso de máscaras fosse adotado como forma de proteção individual e coletiva em contextos de obrigatoriedade do contato com outras pessoas.

Nesse sentido, o cenário social transformou-se rápida e radicalmente, de forma que o curso de mestrado em que este estudo se desenvolve precisou ser realizado via ensino remoto emergencial (E.R.E) e, com o agravamento do número de casos e de óbitos causados pela Covid-19, percebeu-se, nos primeiros meses da pesquisa, que as idas a campo muito provavelmente seriam inviáveis, já que até o mês de outubro – época de realização de eventos presenciais do Círio de Nazaré –, não havia qualquer previsão de controle da pandemia, nem, por medidas de segurança de saúde, da realização das festividades do Círio de Nazaré.

Pode-se afirmar que, no cenário mundial, a crise sanitária teve também dimensões sociais, políticas e econômicas, uma vez que mesmo sem tratamentos comprovadamente eficazes de prevenção à doença, muitas pessoas precisaram estar nas ruas para trabalhar ou mesmo escolheram se arriscar mantendo práticas de sociabilidade de outras ordens, apesar do impacto expressivo da pandemia na quantidade de vítimas do vírus. No Brasil, entre os meses de maio e agosto de 2020, a média diária de mortes pela Covid-19 girava em torno de 1.000 pessoas; chegando a 3.769 no dia 1 de abril de 2021, triplicando a média semanal durante a segunda onda no país, registrada entre fevereiro e maio de 2021³.

² Há ambiguidade também no termo “Nazaré”: sendo a cidade israelense onde nasceram José e Maria, pais de Jesus Cristo, é a denominação conferida à Nossa Senhora “daquele lugar”. Em Belém-PA, denomina o bairro onde passava o igarapé do achado da Santa, de acordo com o mito de origem do Círio.

³ Fonte: <<https://github.com/CSSEGISandData/COVID-19>>. Acesso em: 05 dez. 2021.

A respeito dessa crise multifacetada, Toledo e Souza Junior (2020) utilizam o termo “sociabilidade pandêmica” para observar o que esteve para além da desobediência de recomendações sanitárias. No contexto da Covid-19,

no momento em que a pandemia levou à imposição de medidas variáveis de supressão dos encontros cotidianos, a sociabilidade se colocou como necessidade estratégica de aferição das demandas pelo retorno dos corpos e do convívio presencial como expressão de corporalidades dissonantes e mecanismo de confrontos simbólicos visibilizados pela pandemia. Nesse sentido, sociabilidade, então, se politiza como estratégia e urgência existencial [...] (TOLEDO; SOUZA JUNIOR, 2020, p. 57).

Apesar da necessidade social de estar junto que impulsionou a manutenção de sociabilidades por parte de alguns indivíduos no Brasil, incluindo a cidade de Belém/PA, programações realizadas com o apoio do Estado, como é o caso do Círio de Nazaré, passaram por alterações no aspecto presencial, como forma de incentivo à preservação da saúde pública. Uma vez que o presente projeto foi aprovado antes da pandemia da Covid-19 chegar ao estado do Pará, a metodologia previa realização de campo presencial, por meio de observações participantes no período do Círio, em encontros de peregrinação⁴ e eventos da programação nazarena⁵ nos meses de setembro e outubro daquele ano. No entanto, em virtude do distanciamento social imposto pela pandemia e pela gravidade do cenário epidemiológico no estado do Pará ainda no mês de maio de 2020, ficou em suspenso qualquer definição sobre como/se o Círio seria realizado presencialmente.

Assim, adaptamos a proposta de campo para o formato *online*, com o intuito de analisar a força dos objetos entre os participantes do Círio, ainda que o formato presencial estivesse suspenso: perceber que “grande parte do que nos torna o que somos existe não por meio da nossa consciência ou do nosso corpo, mas como um ambiente exterior que nos habitua e incita” (MILLER, 2007, p. 79) e, no cenário pandêmico, observar de que maneira as presentes ausências dos objetos foram sentidas pelos sujeitos da pesquisa. Destaca-se ainda que, mesmo

⁴ Nas semanas que antecedem o Círio, devotos se reúnem em suas casas e realizam uma série de rituais religiosos sugeridos pelo Livro de Peregrinações do Círio. Ao final, é comum que os anfitriões ofereçam lanches para os convidados, num rito de comensalidade similar ao que ocorre no almoço do segundo domingo de outubro.

⁵ Relativa ao Círio de Nazaré.

em 2021, um ano depois da realização do campo da pesquisa, o Círio não retornou por completo⁶ ao formato presencial.

Em virtude do exposto, todas as escolhas metodológicas foram orientadas pelo que seria possível de ser realizado em um contexto tão atípico, incluindo a questão do acionamento de memórias para a vivência do Círio na pandemia. Utilizou-se inspirações netnográficas (KOZINETTS, 2014) para lidar com o campo de maneira remota, espacial e temporalmente, o que parece ter evidenciado o protagonismo dos objetos nas experiências dos sujeitos participantes do Círio. Assim, deste ponto em diante, usar-se-á a expressão “elemento (i)material” para se referir aos objetos do Círio quando se pretender evidenciá-los sob compreensão analítica, pois, de acordo com a perspectiva deste trabalho, eles são mais do que sua funcionalidade técnica, a serviço dos humanos; são, também, da ordem do imaterial, presentificadores de algo que se torna tão protagonista quanto as pessoas e, assim, elementares (constitutivos) do Círio e de seus processos comunicacionais. Por outro lado, a utilização do termo “materialidades” é um cuidado estético com a gramática do trabalho, usado alternadamente como sinônimo de “objetos”, para evitar a repetição excessiva desse último termo.

Ainda esclarecendo sobre os termos empregados daqui por diante, alguns objetos como a corda e as imagens de Nossa Senhora, são tidos como “símbolos” do Círio por serem essenciais para a realização de ritos tradicionais, como as procissões. O emprego do termo é comum em discursos jornalísticos e publicitários, bem como é utilizado por quem organiza⁷ a festa e por quem dela participa. No entanto, compreendendo que o termo símbolo, do ponto de vista da semiótica, denota representação/substituição/sugestão de outra coisa – algo que compromete o significado de presença suficientemente contida no próprio objeto –, nesta pesquisa, o termo será empregado no sentido comum, para se referir ao fato de que há objetos característicos do Círio, que ajudam a identificá-lo por meio das materialidades.

Para se chegar a esta compreensão das experiências e dos objetos, o percurso metodológico percorrido até aqui se inicia alguns anos atrás, compreendendo desde as observações participantes realizadas em anos anteriores, uma vez que a temática do Círio já

⁶ No ano de 2020, todas as procissões do Círio foram suspensas e as celebrações presenciais foram restritas aos organizadores da festa, com transmissão *online* pelos veículos oficiais do Círio. Em 2021, o Traslado para Ananindeua e Marituba foi a única procissão retomada, com adaptações no percurso para evitar aglomerações. Nas duas edições, a Imagem Peregrina foi conduzida em sobrevoos no helicóptero da Polícia Militar, no domingo do Círio, pela região metropolitana de Belém, fazendo paradas nos principais hospitais da cidade e lançando pétalas de rosa sobre os prédios, em homenagem às vítimas da Covid-19.

⁷ No *site* oficial do Círio de Nazaré, há uma seção específica para elencar as materialidades que simbolizam a festa. Disponível em: <<https://ciriodenazare.com.br/cirio/simbolos>>. Acesso em: 12 out. 2021.

desperta meu interesse de análise antes mesmo da ocasião da realização desta dissertação. Em trabalho anterior (FERREIRA; MELO, 2017), analisou-se, pelo viés da dimensão estética, experiências de sujeitos que participaram do Traslado de Nossa Senhora para Ananindeua e Marituba — a primeira, de 13 procissões oficiais na agenda religiosa do Círio. Àquela altura, compreendeu-se que, para os sujeitos, a vivência do Traslado era uma experiência potencialmente estética, uma vez que eles a objetivaram com e por meio de materialidades: em função da passagem da procissão na frente de suas casas, os interlocutores se mobilizaram para a feitura de ornamentações em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré, materializada na Imagem Peregrina que se fez presente no local de residência daquelas pessoas. Assim, uma das considerações finais da referida pesquisa se desdobrou em projeto para esta dissertação: os objetos do Círio exercem protagonismo nas experiências dos sujeitos envolvidos, logo, a cultura material do Círio pode indicar outras compreensões desses sujeitos e dos processos comunicacionais em que estão inseridos.

Desse modo, nesta pesquisa compreende-se Comunicação como área de conhecimento a partir da abordagem relacional, organizada por Vera França (2016) com base no modelo praxiológico de Queré (1991) e no entendimento de interações comunicativas proposto por Mead (2006). Assim, os processos comunicacionais do Círio analisados neste estudo são constituídos por sujeitos em situações de interação, que se utilizam da linguagem para produzir e estabelecer sentidos, numa relação de mútua afetação. Também se baseia na ideia de comum, descrita por Muniz Sodré (2014) como um lugar de partilha de mediações simbólicas, para se refletir sobre de que maneira os objetos atuam como “forças vivas” do comum (p. 14) no Círio.

A cultura material, vista pelo viés da comunicação, pode fornecer contribuições importantes para a compreensão do estar no mundo, pois dialoga com variadas dimensões da vida social humana. Nesse sentido, Martins e Cardoso Filho (2010) argumentam que a maneira pela qual experienciamos a realidade depende do contexto histórico em questão, e que, no caso da experiência contemporânea, o mundo “experimentado” por nós se constitui por intermédio das materialidades. A religião, de acordo com os autores, é uma das formas de mediação que estabelecemos com o mundo vivido, moldando nossa percepção sobre o mesmo (ibid., p. 45); e no caso do Círio se entende que a cultura material religiosa é uma via de compreensão da paisagem devocional que se estabelece durante as procissões (PAES, 2013).

O momento cultural proporcionado pelo Círio pode ser percebido, além das procissões e eventos religiosos, na programação diversificada que ocorre na cidade durante o mês de

outubro, com espetáculos a céu aberto como o Auto do Círio⁸ e a Festa da Chiquita⁹, também suspensos pela pandemia e transferidos para o formato *online* no ano de 2020; na realização de exposições temáticas sobre a festa; na comercialização de produtos artesanais característicos da cultura paraense e na circulação de bens variados com estampas que ilustram o Círio/Nossa Senhora de Nazaré, compondo uma espécie de “mosaico da Santa” (SANTOS, 2017); e no preparo de pratos típicos para o almoço do segundo domingo de outubro. Uma ambiência muito própria, que costuma atrair em média 80 mil turistas anualmente (DIEESE, 2019), antes da pandemia da Covid-19.

O mito de origem do Círio, reencenado todos os anos nas duas maiores procissões oficiais da festa¹⁰, sinaliza para a relação desde sempre intrínseca entre sujeitos e objetos: a Imagem da Santa que retorna ao local onde foi encontrada, solicita que os humanos ali construam um espaço de devoção para que outras pessoas a encontrem. Por isso, nesta pesquisa, a cultura material do Círio norteia a reflexão principal: qual o papel dos objetos na constituição de processos comunicacionais no Círio de Nazaré, considerando os impactos da pandemia da Covid-19 nas práticas de consumo e de sociabilidades dos participantes? Deste objetivo geral, desdobram-se como objetivos específicos: i) compreender como a cultura material dialoga com as afetividades dos registros e das participações sobre o Círio; ii) analisar as práticas de consumo existentes no Círio e facilitadoras das interações comunicacionais neste fenômeno empírico; iii) identificar as principais relações que esses participantes desenvolvem com o Círio, entre si (sociabilidades) e com as materialidades; iv) traçar categorias de análise sobre as experiências no/do Círio, antes da e durante a pandemia.

Dessa maneira, o campo da pesquisa foi realizado em dois momentos distintos: nos meses de maio e setembro de 2020, ambos de maneira remota. Foram elaborados dois questionários *online*, hospedados na plataforma Formulários *Google*, cujos *links* foram

⁸ Projeto de extensão da Escola de Teatro e Dança, do Instituto de Ciências da Arte da Universidade Federal do Pará (ETDUFPA/ICA/UFGPA), realizado anualmente no formato de espetáculo-cortejo na sexta-feira que antecede a grande procissão do Círio, pelas ruas do bairro da Cidade Velha, em Belém. Nos anos de 2020 e de 2021, foi transferido para o meio digital, no formato de vídeos enviados pelos participantes, compilados para transmissão via *YouTube*. Fonte: <<https://www.youtube.com/c/AutodoC%C3%ADrio/videos>>. Acesso em: 14 out. 2021.

⁹ Evento realizado no sábado véspera da grande procissão do Círio, é um patrimônio cultural de natureza imaterial do Estado do Pará desde 17 de março de 2020 (Lei 9.025). A Festa da Chiquita não é reconhecida pela Igreja como evento oficial do Círio por ser uma celebração da diversidade que abre espaço para artistas LGBTQIA+ se apresentarem. Em 2020 foi realizada no formato *online*, sendo retomada em 2021 no formato presencial. Fonte: <<https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2021/09/29/tradicional-festa-da-chiquita-sera-no-memorial-dos-povos-em-belem-anuncia-eloy-iglesias.ghml>>. Acesso em: 20 fev. 2022.

¹⁰ O percurso da Trasladação, realizada no sábado de véspera do Círio, compreende o trajeto feito do local do achado até o Palácio do Governo da época, quando a Imagem ficou sob custódia e, ainda assim, teria retornado no dia seguinte às margens do igarapé Murutucu – este, o percurso contrário, realizado na manhã do segundo domingo de outubro (IPHAN, 2006).

disponibilizados de três maneiras: 1. encaminhou-se, via *WhatsApp*, para contatos do pesquisador e grupos de amigos e de colegas pesquisadores, dos quais o mesmo já fazia parte; 2. colocou-se em mídias sociais digitais¹¹ (no modo público, para que o compartilhamento fosse possível), convidando quem se sentisse disposto a responder os questionários e incentivando sua replicação para outros espaços; e 3. publicou-se em espaços de sociabilidade digital relativos à temática do Círio — uma página gerenciada pelo próprio pesquisador¹², e grupos sobre o Círio, no *Facebook*, do qual o mesmo faz parte¹³. Nesta pesquisa, tratam-se as plataformas em questão como ambientes em que se tornam possíveis “outros modos particulares de vida” (LEITÃO; GOMES, 2017, p. 42), considerando que o Círio em espaços digitais é uma experiência que pode ser vivida o ano inteiro, e que durante a pandemia da Covid-19 se torna ainda mais relevante utilizar esses espaços para realização da pesquisa de campo. Concorde-se com Leitão e Gomes (2017, p. 62) na afirmação de que as mídias sociais digitais não estão à parte de socialidades que se desenvolvem fora dos limites técnicos e que é preciso observar, além delas próprias como ambientes de pesquisa, nossas próprias experiências de pesquisadores que fazem parte das plataformas estudadas, de maneira reflexiva e incorporada às nossas vivências.

Os três formatos de disponibilização descritos (direcionado, amplo e semi-direcionado) foram estratégias distintas para que as respostas viessem de pessoas que já estivessem envolvidas previamente com o Círio, tendo considerável, relativa ou pouca proximidade com o pesquisador, respectivamente. No entanto, reconhece-se que há limitações no alcance desses questionários e que seus dados não representam, em absoluto, todas as experiências de participação no Círio possíveis. O objetivo principal com a aplicação dos questionários foi a identificação de pontos em comum nas experiências dentro do universo pesquisado, para a elaboração de categorias analíticas que orientam os capítulos.

Assim, a abordagem de campo utilizada inspira-se na netnografia, como etnografia trabalhada em campo *online* (KOZINETS, 2014), para que os questionários pudessem acionar dimensões intersubjetivas das experiências dos respondentes, fornecendo dados simultaneamente quantitativos e qualitativos, minimamente representativos sobre a

¹¹ *Facebook, Twitter e Instagram.*

¹² “Círio Outra Vez” (<www.facebook.com/ciriooutravez>; <www.instagram.com/ciriooutravez>).

¹³ “Filhos da Nazinha” (<https://www.facebook.com/groups/cirio2020/>); “Círio” (<https://www.facebook.com/groups/CirioDeNazareBelem/>); “Devotos de Nossa Senhora” (<https://www.facebook.com/groups/238490246194300/>); e “família Círio de Nazaré. #FCN” (<https://www.facebook.com/groups/339432873713378/>).

amostragem. Por meio de uma composição híbrida de técnicas de pesquisa, própria da netnografia, buscou-se estruturar a ida a campo para o enfrentamento de dois desafios emergentes àquela altura: o primeiro, a inviabilidade de encontros presenciais entre pesquisador e interlocutores; e o segundo, a completa incerteza quanto a possibilidades futuras de idas presenciais a campo, da maneira como haviam sido pensadas durante a concepção do projeto. Em suma, a compreensão de sutilezas de um fenômeno social como o Círio, por meio do que a netnografia inspira (KOZINETTS, 2014), requereu da pesquisa a elaboração de procedimentos diversos que, combinados, favorecessem a efetividade do campo.

O objetivo geral do primeiro questionário foi reunir dados sobre experiências já vividas anteriormente no Círio, e o do segundo, mapear as expectativas dos participantes em relação à edição de 2020. Ao todo, foram recebidas 265 respostas, contabilizando 253 questionários válidos¹⁴. Nos dois momentos, a pergunta-filtro foi: “Você já participou do Círio de Nazaré?”. Compreendendo o Círio como sendo uma experiência religiosa e cultural, dentre outras dimensões que o constituem, também foi uma estratégia metodológica não restringir a algum tipo mais específico de participação, para que os respondentes escolhessem responder os questionários de acordo com a maneira como eles próprios classificam suas experiências no Círio.

Com o intuito de traçar um panorama do perfil dos participantes, incluindo questões identitárias (tais como gênero, cor/raça, naturalidade e religião), a relação com as materialidades do Círio, práticas de consumo e hábitos de sociabilidade, o primeiro questionário obteve 131 respostas válidas no período de três semanas. Em uma análise mais geral, pontuamos que a primeira etapa de campo apontou que: a maioria das pessoas já participou mais de 10 vezes do Círio (64,2%) e é predominantemente paraense (92,8%); a expressiva maioria já adquiriu alguma lembrança do Círio (97,6%) e costuma participar de confraternizações do Círio (93,6%). Além disso, as imagens de Nossa Senhora de Nazaré e a corda dos promesseiros são os objetos mais relacionados imagetivamente ao Círio (48,4% e 36,5% das respostas, respectivamente); “confraternização” e “renovação” são significados recorrentes atribuídos ao Círio; e Nossa Senhora de Nazaré representa, para os interlocutores, tanto sentimentos (“esperança”, “acolhimento”, “bondade”) quanto personificações (mãe, mulher, amiga, intercessora).

¹⁴ A somatória final excluiu 12 questionários que apresentaram respostas duplicadas e/ou foram preenchidos por pessoas com idade inferior a 18 anos.

Com a confirmação da suspensão do Círio presencial em 2020, a segunda etapa de campo remoto buscou reunir dados sobre os impactos das alterações no formato da festa de 2020, marcadamente histórica pela ausência de procissões nas ruas¹⁵. No mês de setembro, um segundo questionário *online* foi disponibilizado para avaliar a recepção dos participantes ao novo formato da festa. Dessa maneira, foi possível estabelecer algumas comparações sobre as experiências anteriores no Círio e as expectativas sobre a edição de 2020, principalmente no que diz respeito ao consumo de bens e às sociabilidades, sem deixar de observar o perfil dos participantes dessa segunda etapa da pesquisa.

O segundo questionário foi disponibilizado entre os dias 14 de setembro e 11 de outubro de 2020, nos mesmos espaços de publicização utilizados para a etapa anterior, no período das quatro semanas anteriores ao segundo domingo de outubro. Obtiveram-se 127 respostas válidas, que pouco variaram no perfil identitário em relação ao primeiro questionário: a maioria das pessoas é paraense (72,44%), católica (73,22%) e já esteve mais de 10 vezes no Círio (70,9%). Destacam-se, como linhas gerais desse segundo questionário, os seguintes dados: a expressiva maioria (92,1%) concordou com a suspensão das procissões do Círio pela “preservação da saúde pública”; 87,4% das pessoas pretendiam participar do Círio 2020, cuja participação foi descrita como “realizar o almoço do Círio” (72,9%), em grande parte com familiares. Além disso, a maioria já havia adquirido “alguma coisa do Círio”: o cartaz da festa (55,8%), ingredientes para o almoço e máscara personalizada (16,2% cada). Quando questionadas sobre o que mais sentiriam falta no Círio 2020, a grande maioria se referiu às procissões. Sensações (“calor humano”, “energia”), aspectos de presença (“estar perto”, “ver Nossa Senhora de Nazaré presencialmente”) e materialidades específicas (“pessoas”, “Berlinda”, “Santinha”) também figuraram entre o que mais faria falta.

Além dos questionários¹⁶, referenciados daqui por diante como Campo I (2020) e Campo II (2020), o acompanhamento das redes sociais oficiais do Círio e a presença do pesquisador nos grupos do *Facebook* citados anteriormente, nos quais se trata sobre a temática da festa, configurou-se como uma etapa de campo complementar às análises da pesquisa, conforme será apresentado ao longo dos capítulos.

¹⁵ Apesar de a DFN não ter realizado nenhuma procissão oficial no ano de 2020, cerca de 100 mil pessoas realizaram o percurso do Círio, no segundo domingo de outubro daquele ano, em procissões informais (<<https://agenciapara.com.br/noticia/22738/>>). Em 2021, a suspensão das procissões oficiais se manteve, mas novamente houve pessoas nas ruas, fazendo suas próprias caminhadas (<<https://g1.globo.com/pa/para/cirio-de-nazare/2021/noticia/2021/10/10/cirio-de-nazare-2021-veja-como-foi-a-comemoracao-em-belem.ghml>>). Acesso em: 15 out. 2021.

¹⁶ Conferir detalhes nos apêndices A e B.

A experiência de conduzir uma pesquisa de campo com inspirações netnográficas durante o isolamento social, como única possibilidade metodológica segura, mostrou-se um desafio inevitável, uma vez que é preciso tentar compensar a não observação presencial, tanto do fenômeno empírico quanto dos sujeitos. Por isso, disponibilizamos questionários *online* consideravelmente abrangentes. Além disso, sinto necessidade de compartilhar com o leitor como o Círio sem a presença humana massiva nas ruas, fato antes inimaginável, me afetou profundamente. Viver os primeiros meses da pandemia não apenas reconfigurou a metodologia da pesquisa e o cumprimento das atividades curriculares do Mestrado, mas também me colocou questões que eu jamais poderia ter imaginado: como perceber, enquanto pesquisador de campo, a presença dos objetos em um Círio que a maioria deles não se faria presente? Como defender minha premissa inicial neste cenário? De lá para cá, dois aprendizados vêm me acompanhando: o primeiro, de que é justamente a ausência temporária dessas materialidades que mostra seu poder de presentificação, pois seu papel é materializar o imaterial; e o segundo, de que as perguntas, em uma trajetória de pesquisa, são mais importantes do que as respostas. Caminhar sem certezas, certamente, tem sido a lição mais (trans)formadora de minha trajetória inicial na pesquisa.

Antes de prosseguir para a introdução, ressalta-se que este é um trabalho de pesquisa apoiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), realizado no âmbito das atividades deste curso de mestrado acadêmico, que incluem a participação no Grupo de Pesquisa Comunicação, Consumo e Identidade (Consia), liderado pela Profa. Dra. Manuela do Corral Vieira e certificado pelo CNPq.

A CORDA, A SANTA E O ALMOÇO: EIXOS EXPLICATIVOS

As categorias analíticas que orientam os capítulos a seguir foram pensadas de modo a combinar conceitos essenciais para a discussão geral da pesquisa com alguns dos objetos principais trazidos pelo campo, no que diz respeito à recorrência com que apareceram nas respostas obtidas. Trata-se de uma estratégia metodológica que contempla o que há de mais significativo para os interlocutores quando discorreram sobre suas experiências, organizando, com a ajuda dos elementos (i)materiais, os argumentos aqui colocados, sem que se pretenda afirmar que são os mais importantes ou relevantes para o estudo do Círio e suas materialidades. Havendo uma grande variedade de objetos que fazem parte do Círio, buscou-se, por meio da identificação dos objetos principais na pesquisa de campo, elaborar uma estrutura dissertativa que não fosse demasiado pulverizada em seus exemplos empíricos. Por outro lado, os elementos (i)materiais centrais em cada capítulo permitem que diferentes leituras teóricas sejam feitas sobre um mesmo objeto, trazendo à tona sua riqueza analítica, longe de ser esgotada neste trabalho.

Também cabe pontuar que, na historicidade do Círio, há uma ordem hierárquica de surgimento das materialidades que se tornaram tradicionais: a Imagem da Santa sendo a primeira; em seguida, a berlinda que a transporta; depois, a corda (IPHAN, 2006), e ao longo do tempo, outros objetos foram sendo inseridos ao ritual da procissão. Neste trabalho, porém, tal ordem não é seguida, tendo em vista a relevância da corda como um dos objetos mais associados à imagem do Círio na pesquisa de campo, fazendo com que a escolha por a trazer já no primeiro capítulo fosse uma opção pertinente. Por isso, no primeiro capítulo, a corda dos promesseiros conduz as reflexões iniciais sobre a cultura material do Círio. Em uma metáfora com a própria estrutura da procissão, ela é quem “puxa” o que há de mais substancial nesta pesquisa, cuja escolha para nortear a primeira grande seção do trabalho se dá pelo fato de ter sido citada como um dos objetos mais relacionados à memória imagética do Círio (CAMPO I, 2020), tão citada quanto a Imagem de Nossa Senhora de Nazaré. A busca por compreender as relações entre coisas e pessoas partirá de uma reflexão sobre a utilidade da corda na história das procissões do Círio, que passou de solução técnica para ser um signo de devoção (PAES LOUREIRO, 2012), no qual indivíduos se encontram, conformando-se também como um espaço notadamente comunicacional.

Em seguida, analisa-se a corda como sendo um objeto produzido *durante* a procissão, no sentido do efeito que causa junto aos corpos dos promesseiros, provocando encantamento

para os que assistem à sua passagem devido à transubstanciação de seus aspectos materiais (GELL, 2005). À medida que se torna uma coisa viva (INGOLD, 2012) junto às pessoas que a puxam, a quase imiscibilidade entre a corda e os corpos humanos é o segundo tópico do primeiro capítulo.

Também são observados os universos simbólicos acionados pela corda e seu poder de agenciamento antes, durante e depois das procissões. Nesse sentido, aspectos do consumo da corda são tensionados para compreendê-la como um objeto simultaneamente sagrado e profano, já que o corte do objeto e seu repartimento são práticas empreendidas pelos próprios promesseiros, sem “autorização” da Igreja: a corda é também um espaço de tensões e de disputas simbólicas entre os atores sociais que fazem o Círio.

Os pontos anteriores estão localizados na discussão sobre a virada material, também chamada de neomaterialismo, nas ciências sociais (LE MOS; BITENCOURT, 2021). Verifica-se, ainda, que há uma transdisciplinaridade da cultura material do Círio nas pesquisas científicas sobre o assunto e que a cultura material do Círio, em uma proposta comunicacional, sinaliza a ideia de fato social total (MAUSS, 2007) sobre o fenômeno empírico, considerando as diferentes instituições sociais paraenses mobilizadas e atuantes para a realização do Círio.

No segundo capítulo, os bens produzidos por meio das imagens de Nossa Senhora de Nazaré são o eixo explicativo para a discussão do consumo como prática cultural. Nesta pesquisa, visto pela perspectiva da cultura material (MILLER, 2013), o consumo é compreendido tanto pela dimensão econômica que movimenta, quanto pela dimensão afetiva que o impulsiona: o desejo por trás do ato de consumir, no Círio, possui bases sociais emotivas, do devoto que se afirma como tal por meio das coisas que adquire, personaliza e exhibe. Assim, a teoria dos afetos de Espinosa (JESUS, 2015; SILVA; GOMES, 2017) é um caminho para a compreensão do consumo como prática ativa, empreendida por sujeitos que se permitem ser afetados pelo Círio e decidem expressar suas emoções em um processo deliberado de troca com outros sujeitos.

Dentre os bens citados, o cartaz oficial de divulgação do Círio é contextualizado como primeira peça de comunicação publicitária da festa, lançada antecipadamente (ainda no mês de maio), com o qual os devotos começam a experienciar um novo Círio. Do ponto de vista do marketing, Nossa Senhora de Nazaré é a principal personagem da “marca Círio” (SANTOS, 2017), considerando seu apelo visual ante os devotos. Ela é apropriada e recriada em diversos materiais que se utilizam da temática ciriana durante a realização da festa. No caso específico

do cartaz, cada elemento que o integra exerce um peso significativo para a promoção da marca Círio, ao evidenciar seus aspectos religiosos e minimizar suas dimensões comerciais.

Nesse sentido, o marketing religioso e de entretenimento são aspectos para contextualizar a criação do Selo Oficial do Círio, instituído pela Diretoria da Festa de Nazaré (DFN) para autenticar produtos e serviços locais e valorizar a comercialização de produtos, cuja receita é destinada à Paróquia de Nazaré. O Selo, que vem se expandindo e no ano de 2021 foi exibido em camisas oficiais dos maiores clubes de futebol belenenses, é uma forma de licenciar itens como camisas, máscaras de tecido (inseridas no cotidiano social a partir da pandemia da Covid-19) e de conferir autenticidade a esses itens, diferenciando-os de outros produtos que fazem parte da apropriação comercial em torno da marca Círio, por meio de vendas em lojas de *souvenir* e no centro comercial de Belém.

Por isso, compreende-se que o consumo no/do Círio se desdobra em experiências do social, manifestando e fortalecendo características identitárias dos sujeitos (SANTOS, 2017). Suas práticas de consumo, impulsionadas pela publicização midiática da festa (AMARAL FILHO; ALVES, 2018), complexificam as estratégias de comunicação em que o Círio está envolto, impulsionando, também, a circulação de elementos regionais, a exemplo do que acontece em outros espetáculos culturais amazônicos inseridos na lógica da cultura capitalizada.

No terceiro e último capítulo, trata-se do almoço do Círio como um momento promotor de sociabilidades por meio da comensalidade. Percebendo que a manutenção do almoço do Círio, no cenário pandêmico, colaborou para a preservação da experiência social da festa, no terceiro capítulo reflete-se sobre como as interações sociais oportunizadas pelo encontro materializam a finalidade comum da sociabilidade (SIMMEL, 2006; MAFFESOLI, 1998). Nesse sentido, corrobora-se o fato de que a alimentação pode ser tomada como uma manifestação cultural bastante expressiva, no bojo das discussões sobre o alimento como prática cultural (MORAIS, 2011) e como patrimônio cultural imaterial (GIUSTINA; SELAU, 2010).

Do ponto de vista econômico, a realização do almoço, cuja culinária é marcadamente paraense, adapta-se ao poder aquisitivo dos consumidores: a carne de pato pode ser substituída pela de frango devido ao preço ser mais acessível, no entanto, o tucupi e a maniçoba se mantêm como itens indispensáveis na mesa do Círio. Nesse processo, a comunicação publicitária exerce a função de conciliar tradição e fluidez dos significados culturais (SANTOS, 2017; MCCracken, 2007), enquanto as materialidades adquiridas, a depender das possibilidades do consumidor, indicam a personalização de uma experiência cultural em cada família que celebra o almoço da festa.

Discute-se mais profundamente o alimento e seu papel na construção de memórias e de encontros e dádivas. A ideia de memória coletiva de Halbwachs (1990) conduz a análise sobre as recordações trazidas pelos interlocutores, sempre associadas à manutenção de práticas culturais e familiares e à lembrança de pessoas já falecidas, que participavam do almoço inclusive no preparo dos pratos. Nessa perspectiva, a comensalidade traz de volta quem está ausente, revelando o poder (i)material do alimento. E durante a pandemia da Covid-19, o almoço como prática que buscou ser mantida é um reforço desse poder: o Círio dos últimos dois anos pode ser vivido na esfera mais íntima, de forma que o almoço atuou como um retorno simbólico à normalidade.

Assim como o almoço, relatos do campo também citaram os encontros de peregrinação que antecedem o mês de outubro como exemplo de confraternizações que habitam nas memórias. Observa-se um paralelo entre os dois momentos e a extensão da prática cultural alimentar oportunizada pelo Círio. Em ambos, ofertam-se afetos em forma de dádiva (MAUSS, 2007). O intercâmbio do alimento e de sensibilidades é tomado, então, como um ritual de troca de significados sobre o mundo culturalmente constituído (MCCRACKEN, 2007).

Entende-se que o universo de pesquisa sobre a cultura material do Círio é extremamente amplo e que tratar dos objetos do Círio em uma dissertação implica em fazer escolhas bastante objetivas, dado o tempo disposto para a realização das atividades do mestrado. Por isso, os elementos (i)materiais mais citados no campo, ao nortear os eixos de discussão dos capítulos descritos acima exerceram, nos propósitos desta pesquisa, o papel de influenciar as escolhas teórico-metodológicas, indicando que as coisas, por elas próprias, mostram seu poder de constituir nossas experiências – inclusive, a experiência de execução da pesquisa.

Propõe-se, com esse estudo, fazer parte de um direcionamento de estudos sobre o Círio de Nazaré na comunicação que evidenciam seus aspectos relacionais como lugar epistemológico de observação dos processos comunicacionais (FERREIRA; MELO, 2017; LOPES, 2018). Para tanto, a cultura material pode ser um aporte interessante a ser explorado em estudos comunicacionais sobre o fenômeno empírico em questão, fazendo com que o Círio ao mesmo tempo que traz e fortalece experiências, significados, objetos e percepções comuns e capazes de integrar, possa também estar em constantes construções, percepções e envolvimento próprios e subjetivos, fazendo com que o comum, o ordinário, seja uma vivência extraordinária em ação para quem o vive, uma vez que a realidade social está em movimento.

1 A CULTURA MATERIAL NA CORDA DO CÍRIO DE NAZARÉ

Antes de iniciar a análise da corda como elemento (i)material que conduz as reflexões deste capítulo, cabe pontuar o que o levantamento bibliográfico sobre o Círio nas ciências sociais indica sobre esses elementos na composição do fenômeno empírico. O estado da arte nos ajuda a perceber que a presença dos objetos-símbolos do Círio é inerente a todas as investigações empreendidas – ainda que a discussão teórica em cada uma delas não seja centrada no protagonismo desses objetos para compreensão dos processos sociais investigados. Algo sintomático do neomaterialismo (LEMOS; BITENCOURT, 2021) como sendo uma proposta recente de valorização da agência dos objetos não humanos nos estudos científico-sociais de um modo mais amplo, além daqueles localizados na área da Comunicação.

De acordo com os pesquisadores brasileiros André Lemos e Elias Bitencourt (2021), a “virada material” é uma postura científica crescente nas ciências humanas e na filosofia desde o final da década de 1980, em favor da necessidade, reconhecida pelos estudiosos da área, de se levar em conta as forças materiais e suas implicações com os indivíduos na análise de fenômenos sociais. O termo neomaterialismo é, assim, uma forma genérica de se referenciar à existência de correntes que reconhecem a coexistência das agências humana e das coisas, cuja origem está fundada em estudos como os de Ciência e Tecnologia (STS), da Materialidade da Comunicação, no Pragmatismo, dentre outros (LEMOS; BITENCOURT, 2021).

Nesse sentido, uma afirmação categórica dos autores nos ajuda a compreender que o neomaterialismo não é uma concepção que coloca a agência humana em segundo plano, mas sim admite que a atuação das materialidades no mundo se impõe junto à análise dos sujeitos para compreensão destes indivíduos: “sem reconhecermos as agências dos objetos, ou reduzi-las apenas aos direcionamentos dos sujeitos, não entenderemos esse mesmo sujeito no processo” (LEMOS; BITENCOURT, 2021, p. 3). Portanto, trata-se de assumir que uma investigação científica coaduna, necessariamente, as dimensões materiais constitutivas do agir social.

No quadro de pesquisas científicas sobre o Círio localizadas na área da Comunicação, dois fatos abrem caminho para a necessidade de discussões como a que esta pesquisa se propõe a atualizar: o primeiro deles é a predominância de abordagens que evidenciam a midiatização do Círio, na esteira de estudos orientados pelo paradigma transmissivo da comunicação, que consideram principalmente as implicações tecnológicas e econômicas de um evento de gigantescas proporções (e implicações sociais) como o Círio de Nazaré.

O segundo fato é a pertinente contribuição de estudos que evidenciem especificamente as materialidades do Círio, no sentido de as compreenderem como elementares para a constituição do fenômeno social e dos indivíduos nele envolvidos. Registra-se aqui a valorosa contribuição do pesquisador Anselmo Paes (2013; 2014a; 2014b; 2015) para a compreensão da cultura material religiosa do Círio, quando analisa os ex-votos¹⁷ enquanto artefatos sagrados que compõem a paisagem devocional (idem, 2013) das procissões. Antes de Paes, a pesquisadora Larissa Saré (2005) já havia empreendido uma investigação sobre a espetacularidade da performance corporal da corda dos promesseiros. Ambas as pesquisas, respectivamente localizadas na Antropologia e nas Artes Cênicas, são pioneiras no aprofundamento de discussões sobre a materialidade de objetos que caracterizam/identificam o Círio, desenvolvidas nas humanidades.

Por isso, compreende-se que a transdisciplinaridade da cultura material do Círio, ao ser exemplificada justamente a partir da presença indissociável de seus elementos (i)materiais em pesquisas com os mais variados fins, encontra na “virada material” um momento oportuno para explorar a potencialidade analítica desses objetos que, tanto quanto os indivíduos, compõem os processos comunicacionais decorrentes do fenômeno empírico aqui estudado.

Dentre as pesquisas que chamam a atenção para a força das materialidades do Círio, para além das áreas já citadas, encontra-se o trabalho de Serra e Tavares (2014) sobre a espacialidade do Círio de Nazaré. No campo da Geografia, a pesquisa ilustra, dentre outros aspectos, a grandiosidade e a complexidade da festa por meio da grande quantidade de elementos de natureza material e imaterial que o constituem. Além disso, as autoras identificam que desde os anos 1980, o Círio vem passando por uma expansão territorial para além dos limites geográficos da cidade de Belém. A realização de procissões terrestres e fluviais que contemplam o distrito de Icoaraci e os municípios de Ananindeua e Marituba, na região metropolitana da capital, são eventos que, de acordo com Serra e Tavares (2014), atualizam o apelo popular do Círio, ampliando seu perfil social. Nesse sentido, podemos questionar de quais maneiras a diversidade humana do Círio implica em uma amplitude também não-humana; algo que já havia sido observado em pesquisa anterior sobre a experiência de participantes do Traslado para Ananindeua (FERREIRA; MELO, 2017), no qual foi registrada a produção de materiais diversos como objetivações das experiências vivenciadas pelos interlocutores.

¹⁷ Objetos levados pelos promesseiros nas procissões do Círio como forma de materializar e exibir as graças alcançadas. Na paisagem devocional da procissão (PAES, 2013), é comum ver ex-votos que representam casas, veículos de transporte, animais de estimação, imóveis e materiais de construção, além de corpos/partes do corpo.

Assim, o ponto de partida para a pesquisa aqui desenvolvida é que a compreensão dos processos comunicacionais do Círio, ao demandar a análise dos atores sociais envolvidos (evidentemente pela dimensão intersubjetiva da comunicação), demanda também a observação dos objetos que atuam, junto àqueles atores sociais, nos processos interativos constitutivos do comunicacional. Uma leitura do Círio nessa perspectiva se justifica, ainda, quando se considera-o como um fato social total (MAUSS, 2007) da sociedade paraense¹⁸, que coloca em cena diferentes instituições sociais atuantes para sua realização. Diante de tal premissa, a realização das duas etapas de campo deste estudo foi determinante para a seleção dos principais objetos que o estudo destacaria; algo que não estava previsto na metodologia inicial, mas que se configurou como uma tomada de decisão durante a interpretação dos dados obtidos.

No que diz respeito ao primeiro questionário disponibilizado *online*, que consistiu na primeira etapa da pesquisa de campo (CAMPO I, 2020), a corda despontou como o elemento mais associado à ideia que os interlocutores elaboram sobre o Círio. Especificamente na questão “Há alguma imagem ou objeto que te lembre o Círio? (Se sim,) qual/quais?”, 36,5% dos participantes responderam que a corda é a imagem/objeto que os remete àquela experiência. Na sequência de perguntas abertas (de livre resposta), os interlocutores foram questionados: “Você já adquiriu alguma lembrança do Círio? / O que adquiriu? Como?”, sendo a corda, assim como cartazes da festa e fitinhas de promessa, uma das lembranças materiais mais citadas. No caso da corda, percebe-se que sua aquisição é feita sob a forma de fragmentos, “pedaços da corda”, que em geral são ganhos como um presente dos promesseiros, sendo também para estes a materialização de uma conquista. Assim, a corda fragmentada configura-se como um ex-voto, pelo fato de ser um objeto ligado ao ato de promessa inserido no círculo da dádiva (PAES, 2014b), em que o dar/receber/retribuir envolve não somente o promesseiro e Nossa Senhora em seu contrato particular, mas também pessoas outras que testemunham, no contexto da procissão, o pagamento da dádiva adquirida. Abaixo, a Tabela 1 reúne a seleção de algumas das respostas que indicam as percepções acima:

Tabela 1 – Interlocutores relatam de quais maneiras já adquiriram pedaços da corda.

O QUE ADQUIRIU? COMO?
Ganhei de presente pedaços da corda. Comprei fitinhas do Círio.
Fitinhas, santinhas de gesso, um pedaço da corda (como forma de promessa das outras pessoas).

¹⁸ Os pesquisadores Otacílio Amaral Filho e Regina Alves (2018), em leitura do Círio de Nazaré como um espetáculo cultural amazônico, já haviam registrado a possibilidade de correspondência entre o fenômeno empírico do Círio e o conceito de fato social total da antropologia social de Mauss (2007).

Fita de promessas porque comprei, e um pedaço da corda do Círio que me foi entregue por um rapaz que estava pagando promessa na corda e eu o fotografei. Quando ele me viu, me mostrou e me deu um pedaço da corda.

Fitinhas e brinquedos de miriti comprei. Pedaço da corda eu ganhei (na verdade foi fiapos dela) pedaço de corda. Ganhei de presente!

Todo ano compro fitinhas e ganho pedaço da corda do meu tio ou de amigos que sempre vão.

Comprei fitas, brinquedos livros, quadros e sempre consigo um pedaço da corda.

Ganhei um pedaço da corda.

Já ganhei fitas, terços e pedaços de corda

Ganhei pedaços da corda e fitinhas para fazer pedidos.

Pedaço de corda, pagando promessa na corda.

Já ganhei e comprei fita do Círio e já ganhei um pedaço da corda.

Fitas, camisetas, pedaços da corda. Comprado ou recebido de presente.

Fonte: Campo I (2020).

Como sendo objetivo geral desta pesquisa investigar o papel dos objetos na constituição dos processos comunicacionais do Círio, considerando os impactos da pandemia da Covid-19 nesses processos, o campo nos trouxe que a corda tem uma forte atuação no imaginário de quem participa do Círio, de acordo com os próprios participantes, e que tal atuação se dá pelo envolvimento destes participantes com a corda – envolvimento que não prescinde de interações do tipo intersubjetivas por meio dela estabelecidas.

Além disso, pelo histórico de inserção deste elemento nas procissões e a despeito das dimensões religiosa, cultural e econômica que contribuem para sua manutenção, decidiu-se que dentre os objetos mais citados, a corda é um elemento propício a partir do qual se pode dissertar sobre a cultura material do Círio e seus diversos atravessamentos sociais. Por isso, a eleição da corda exemplifica a riqueza das materialidades do Círio, em sentidos semânticos e sensoriais, e em possibilidades de leituras interpretativas, sem pretender, no entanto, afirmar que ela seja o objeto mais “apropriado” para a análise da cultura material do Círio no contexto geral. Além do mais, dada a imensa quantidade de elementos constituintes do fenômeno em questão, uma possível hierarquização de suas materialidades em ordem de pertinência analítica parece ser tarefa extenuante (e dispensável) para os propósitos desta pesquisa.

A corda também é um elemento recorrente nos relatos do segundo questionário *online*, quando se questionou o que mais faria falta para os interlocutores no Círio de 2020, quando as procissões foram suspensas em prevenção ao contágio pela Covid-19. De acordo com as respostas obtidas, a ausência de eventos presenciais (incluindo procissões e programações culturais) seria mais sentida; e quando discorreram especificamente sobre as procissões, os

interlocutores afirmaram que sentiriam a impossibilidade de pagar suas promessas puxando a corda, ou de assistir à passagem de uma das “marcas da festividade” (CAMPO II, 2020):

Tabela 2 – Relatos sobre ausência da corda no Círio 2020.

O QUE VOCÊ ACHA QUE MAIS VAI SENTIR FALTA EM 2020?
De pagar a minha promessa na corda da Trasladação. 2020 seria o décimo e último ano para completar a minha promessa.
Referente ao Círio, acredito que a movimentação nas ruas. Afinal, a marca da festividade é a presença da corda e do povo acompanhando o trajeto da santa. Contudo, acredito que o momento atual só fortalecerá a presença do público e a transmissão televisiva do Círio no ano que vem.
Do agito nas ruas, do calor, das demonstrações de fé em toda a cidade, e principalmente das procissões. Sai 6 anos consecutivos acompanhando Trasladação e Círio, e os 3 últimos puxando a corda na Trasladação e Círio. A emoção de perto da passagem da berlinda na transladação e no Círio e da corda que assistia da arquibancada todos os anos.
Com lágrimas nos olhos de estar na corda outra vez dando apoio aos nossos irmãos unidos pela fé. Dando água e força para que não desistam.
De estar na corda da Trasladação e do Círio, poder cumprir minha promessa e não poder estar nas missas pré-Círio.
Das procissões e da corda.

Fonte: Campo II (2020).

Antes de esmiuçar os pormenores da história da corda do Círio de Nazaré, a escolha por analisá-la em diálogo com a cultura material já no primeiro capítulo dá-se pelo fato de a cultura material ser, no presente estudo, o aporte primário e fundamental para compreender variados formatos do que se configuram como “experiências de participar do Círio”. A partir do que dizem os interlocutores da presente pesquisa, a relação que eles estabelecem com as coisas, constitutivas para suas experiências, dão-se principalmente durante procissões/celebrações religiosas, espetáculos culturais e confraternizações envoltas pela gastronomia, conforme será desenvolvido ao longo dos capítulos. Por isso, considera-se que os elementos (i)materiais tidos como símbolos do Círio ajudam a identificar tal manifestação e a caracterizá-la substancialmente por meio de materialidades. Desta maneira, com base no que foi indicado pelo campo e em diálogo com as referências sobre cultura material pertinentes para esta pesquisa, a corda do Círio é um objeto que vem provocando inquietações sobre seu potencial analítico, desde o fato de que sua utilidade atual não é mais a mesma de quando foi inserida nas procissões, passando pelo encantamento gerado pela estética dos corpos dos promesseiros, até chegarmos às reflexões sobre os universos simbólicos e os agenciamentos por ela despertados. Atualmente sendo um objeto integrado ao ritual de sacrifício dos promesseiros, o valor simbólico da corda rende muitas considerações analíticas, que serão desmembradas em três subtópicos nesse capítulo: no primeiro, a inserção da corda como objeto puramente utilitário e sua transformação para elemento simbólico nos anos seguintes; no segundo, o encantamento

visual gerado pelo conjunto corda/promesseiros durante as procissões; e no terceiro, o poder de agenciamento que esse objeto desempenha não somente no espaço físico da Trasladação e do Círio, mas também desde sua chegada a Belém (pois é produzida na região sudeste do país), bem como após o término das procissões.

1.1 Sobre a ideia de utilidade e suas reconfigurações

Atrelada à berlinda que conduz a imagem de Nossa Senhora de Nazaré nas duas maiores procissões da agenda religiosa (Trasladação e Círio¹⁹), a utilidade da corda veio sendo reconfigurada ao longo do tempo, uma vez que a presença do objeto, atualmente, é mantida por ele ter se tornado um elemento tradicional, e não mais pela necessidade de puxar a berlinda, como no contexto no qual foi introduzido nas procissões. Para tanto, voltemos a mais de um século atrás; a corda passou a fazer parte do Círio de Nazaré como solução para um incidente: a carroça que conduzia a imagem da Santa ficou presa em um atoleiro já no trajeto da procissão. A solução técnica foi amarrar uma corda para retirá-la do local e dar prosseguimento à romaria.

Figuras 1 e 2 – À esquerda, a corda antes de ir para as ruas; à direita, nas mãos dos promesseiros.



Fontes: *Site Círio de Nazaré*; Igor Mota/Amazônia Jornal. Disponível em:

<<https://www.ciriodenazare.com.br/noticias/cirio-2020-corda-chega-a-belem-nesta-quinta-dia-10>>; <<http://g1.globo.com/pa/para/cirio-de-nazare/2012/noticia/2012/09/campanha-nao-corte-da-corda-do-cirio-2012-e-promovida-no-para.html>>. Acesso em: 26 ago. 2021.

No entanto, superado o caráter utilitário acionado pela urgência da ocasião, a corda continua sendo um dos elementos estruturantes do Círio:

¹⁹ As duas procissões são realizadas, respectivamente, no sábado e no domingo do segundo final de semana de outubro: contemplam o mesmo percurso, porém invertem o sentido. Assim, elas reencenam o mito de que a Imagem Original foi levada para o Palácio do Governo da época do achado, no século XVIII, mas retornou ao local onde foi encontrada (IPHAN, 2006).

A *corda* puxada pelos devotos é, atualmente, um dos elementos mais característicos do Círio de Nazaré. Inserida na procissão em 1855, para que o povo pudesse ajudar a tirar a berlinda de um atoleiro, hoje ela perdeu seu significado prático original, muito embora o seu aspecto simbólico de sacrifício e aproximação do sagrado tenha permanecido ao longo dos anos (IPHAN, 2006, p. 31, grifo dos autores).

Percebe-se que o “sagrado” a que se referem as narrativas documentais do Círio são elementos materiais que se propõem a expressar o imaterial (MILLER, 2013): a berlinda é o relicário que transporta a imagem da mãe de Jesus Cristo. De certa maneira, pode-se dizer que dentro da berlinda a imagem se torna Imagem, presença sagrada objetificada na escultura de alguns centímetros de altura. Esses dois objetos compõem a esteticidade do Círio que, no conjunto maior, sacraliza uma identidade amazônica, nos termos do professor João de Jesus Paes Loureiro (2012): desde a estrutura da procissão como uma metáfora visual do rio “humano” que corre, passando pela culinária regional (maniçoba e pato no tucupi, primordialmente) que caracteriza o almoço após a grande procissão, e incluindo a presença de personalidades públicas paraenses e seus convidados-artistas a visitar a cidade, dentre outros elementos.

Pode-se afirmar que, em 2020, a suspensão das procissões presenciais alterou de maneira quase inédita²⁰ a estética do Círio, tão profundamente marcada pela presença de multidões nas ruas e pelos encontros nas casas belenenses. Na primeira etapa do campo, a maioria das pessoas afirmou que costumava participar presencialmente da Trasladação (92,1%) e do Círio (93,2%); e na segunda etapa, além da corda, o contato humano viabilizado pelos eventos presenciais também foi sentido pelos participantes:

Tabela 3 – Relatos sobre ausência do contato físico no Círio 2020.

O QUE VOCÊ ACHA QUE MAIS VAI SENTIR FALTA EM 2020?
Aglomeração emanando pura fé.
Da presença da família e da festa em si, de ver a rua cheia de gente, da emoção de ver a Santinha passar.
Dos (re)encontros pela cidade, das boas energias que a presença da imagem da santa causa em todos as solenidades do Círio e do clima de fraternidade que emana nessa época do ano em Belém.
Reunião das pessoas para a passagem da Santa.
Povo nas ruas e passagem da Imagem.

²⁰ À exceção do ano pandêmico, a única vez em que as procissões não foram realizadas foi no ano de 1835, em virtude da revolução da Cabanagem, quando a cidade de Belém, incluindo o Arraial de Nazaré, foram ocupados por manifestantes cabanos. Durante a pandemia da Gripe Espanhola (1918), a procissão do Círio foi realizada, mas adiada para o último domingo do mês de outubro. Ver mais em: <<https://g1.globo.com/pa/para/cirio-de-nazare/2020/noticia/2020/10/08/em-mais-de-200-anos-de-procissao-cirio-ja-foi-realizado-em-setembro-e-chegou-a-ser-adiado-por-pandemia-veja-a-linha-do-tempo.ghtml>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

A emoção de estar presencialmente acompanhando a procissão.

Da emoção que vem junto com o calor humano.

Fonte: Campo II (2020).

No que tange especificamente à corda, Paes Loureiro a sintetiza como um signo de devoção, dada sua relação com a Imagem na berlinda – esta, um signo de fé. Ao representar uma espécie de lembrança materializada, o corte da corda feito pelos próprios promesseiros que a puxam “significa que o sagrado não é um signo em si nem para si. Como uma luz clareia tudo que entra em sua proximidade ou relação” (PAES LOUREIRO, 2012). A questão do corte da corda, tão provocadora de tensões e disputas não só na esfera material, mas sobretudo na simbólica, será analisada mais à frente, neste mesmo capítulo.

Através do tempo, percebe-se que a utilização da corda *no* Círio veio perdendo seu caráter técnico para se tornar mais do que o objeto em si: um “espaço” agregador de promesseiros que fazem do sacrifício sua afirmação como sujeitos atuantes no Círio; sacrifício que, ao longo da procissão, pode ser performado de outras maneiras, como pelo cumprimento do trajeto de joelhos, ou carregando objetos pesados que tornam a caminhada fisicamente exaustiva. Mas no caso da corda, que se estende aos promesseiros que a puxam e se tornam quase um aglomerado só, é impossível não se atentar (seja na procissão *in loco*, seja nesta pesquisa) para os efeitos causados pela agência distribuída entre pessoas e coisas.

Figura 3 – Proximidade entre os corpos dos promesseiros na corda do Círio 2014.



Fonte: Flickr Milene Sousa. Disponível em:

<<https://www.flickr.com/photos/milenesousa/15583781532/in/album-72157648461020367/>>.

Acesso em: 18 jun. 2021.

À primeira vista, a corda pode ser vista como um objeto cujo significado se encerra na banalidade de sua função mecânica. No entanto, no propósito religioso, ela ganha força e energia vital ao materializar uma possibilidade de aproximação entre “extremos”, sagrado e profano, por meio do contato físico entre os corpos dos promesseiros e os fios torcidos. A dimensão profana da corda é visível no modelo de “corpo coletivo horizontalizado que atua no risco, na exaustão e no êxtase” (LATIF, 2020, p. 16), cujo efeito imagético não é o que se costuma ver em outras procissões católicas. Ou seja, a utilidade da corda durante as procissões transcende o auxílio para o movimento de puxar a berlinda, configurando-se também como um espaço notadamente comunicacional: a corda oportuniza o encontro entre indivíduos e destes com Nossa Senhora de Nazaré, como já registrado em poesias musicais:

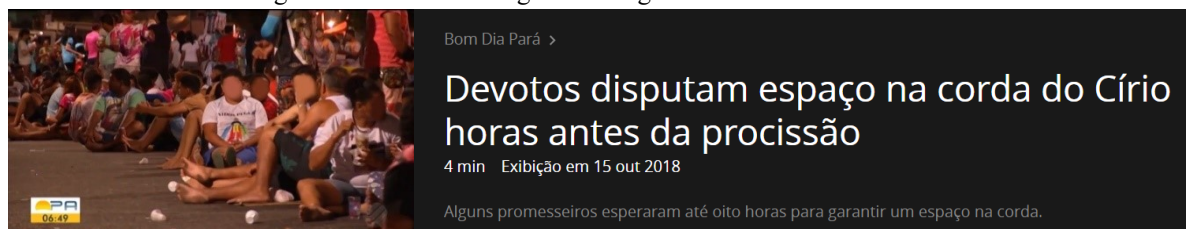
Verá que a corda entrelaça todos nós
Sem diferenças, costurados num só nó
Amarra feita pelas mãos da mãe de Deus
Estranho, eu sei, juntar o santo e o pecador no mesmo céu
Puro e profano, dor e riso, livre e réu
Seja bem-vindo ao Círio de Nazaré (FÁBIO DE MELO, 2013).

O que a corda torna comum no Círio são pessoas e uma variedade de significados que essa comunidade atribui à Santa. Para os interlocutores da pesquisa, quando questionados sobre “O que Nossa Senhora de Nazaré significa para você?”, as respostas abordaram papéis sociais (mãe, amiga, vizinha, advogada) e religiosos (padroeira dos paraenses, intercessora) atribuídos à figura humana de Nossa Senhora, além de discorrerem sobre como a Santa antropomorfiza sentimentos: para eles, Nossa Senhora de Nazaré é o próprio “amor”, “amparo”, “esperança”, “carinho”, “paz”, “gratidão”, “compaixão” (CAMPO I, 2020). Assim, enquanto objeto da cultura material do Círio, a corda “viva” materializa significados diversos, como os categorizados acima, ao mesmo tempo que os torna, de certa maneira, imiscíveis entre si, uma vez que estão todos tecidos nos processos comunicacionais estabelecidos entre os promesseiros.

Talvez seja por isso que a corda continua sendo um dos elementos protagonistas das relações estabelecidas entre pessoas e coisas materiais no Círio. Se a Imagem da Santa mobiliza a aproximação física de vários fieis por onde passa, a corda também é um objeto disputado pelos devotos que valorizam a sensorialidade da experiência com a cultura material do Círio; disputa que se dá antes, durante e depois da procissão: quem puxa a corda costuma chegar horas antes do início das procissões para “garantir” o seu lugar na fila – algo que não necessariamente se manterá garantido, já que o número de promesseiros costuma aumentar enquanto a romaria avança. Situações como essa já foram presenciadas pelo pesquisador, ao longo de observações

participantes realizadas antes do ano pandêmico, além de serem anualmente documentadas por meio de coberturas jornalísticas do Círio de Nazaré.

Figura 4 – Promesseiros guardam lugares na corda do Círio 2018.



Fonte: Reprodução/Globoplay, com preservação de rostos (da pesquisa). Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7088591/>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

No subitem a seguir, discute-se mais profundamente o momento da corda *no* Círio como promotor de encantamento para quem assiste às procissões da Trasladação e do Círio – as duas maiores e principais da agenda religiosa. Além da perspectiva da utilidade dissertada até aqui, a transubstanciação do material que constitui a corda é um aspecto pertinente para se tomar o objeto de análise como um tipo de produção artística, resultante do movimento dos corpos dos promesseiros junto à própria corda durante as procissões. Para tanto, inspira-se nos autores da cultura material Alfred Gell (2005) e Tim Ingold (2012).

1.2 Sobre o encantamento gerado pela corda *no* Círio

Atualmente, a corda do Círio é um material com 800 metros de comprimento por 50 milímetros de diâmetro, produzido no estado de Santa Catarina²¹ e, quando chega a Belém (alguns dias antes da programação nazarena iniciar), é dividida em duas partes iguais para integrar as procissões da Trasladação e do Círio, que costumam atrair os maiores públicos anualmente no segundo final de semana de outubro. Porém, a corda *no* Círio é bem mais do que os nós confeccionados em sisal: “é um espaço da fé, do pagamento da promessa, da devoção, da dor exacerbada, mas também da união dos corpos e dos espíritos.” (IPHAN, 2006, p. 32).

Um espaço tão disputado que, do ponto de vista de quem assiste à procissão, dificilmente é possível enxergar a corda em si. À exceção de momentos em que os promesseiros que a puxam são incentivados pela multidão a erguê-la, geralmente só é possível inferir que a corda está ali pela fileira central de pessoas intensamente aglomeradas umas atrás das outras,

²¹ Fonte: <<https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2020/09/10/corda-do-cirio-2020-chega-a-belem-para-ficar-em-exposicao-durante-a-quadra-nazarena.ghtml>>. Acesso em: 19 dez. 2020.

de quem as mãos (que chegam a tocar a corda) nem sempre podem ser vistas. A proximidade da berlinda é outro indício da presença da corda.

No ano de 2020, a não realização das procissões foi algo significativo para a experiência dos interlocutores da pesquisa. Quando questionados sobre o que mais sentiriam falta no Círio da pandemia, os termos mais utilizados pelos participantes indicam que a movimentação das pessoas nas ruas é algo que está correlacionado ao despertar de sensações físicas constitutivas do simbolismo que reveste a experiência do Círio: “a marca da festividade é a presença da corda e do povo acompanhando o trajeto da santa” (CAMPO II, 2020). “Calor humano”, “energia”, “ver Nossa Senhora presencialmente” são sentimentos que, impossíveis de serem sentidos no ano pandêmico, fizeram falta na festividade de 2020 para os interlocutores.

Nesse caso, ainda que a memória dos indivíduos seja uma ponte para acesso às sensações de presença despertadas nos Círios tradicionais, é justamente a ausência dos elementos (i)materiais e humanos, como mediadores das sensações descritas, que inviabiliza a experiência de um Círio como de costume. A partir do que colocaram os interlocutores, suas experiências são ressignificadas pela ausência: da Imagem, da corda, dos promesseiros, dos demais devotos... de tudo que é capaz de materializar os sentidos do Círio no espaço público da cidade. Portanto, pode-se inferir que a atuação da corda no Círio não prescinde do estar nas ruas, sendo assim, os anos de 2020 e de 2021 representam temporalidades que comprometeram a possibilidade de protagonismo, nos moldes originais e tradicionais do Círio de Nazaré, de um elemento tão característico.

Nos anos referidos, a DFN adaptou a experiência de contato presencial com a corda, ficando restrita a espaços canônicos: os 800 metros que costumam ser divididos em duas partes iguais para cada uma das duas procissões, Trasladação (no sábado) e Círio (no domingo), foram repartidos em partes menores e enviados às 98 paróquias que fazem parte da Arquidiocese de Belém, onde ficaram em exposição durante o mês de outubro, a chamada “quadra nazarena”. Assim, percebe-se o crescimento do valor simbólico sagrado da corda no contexto de suspensão das procissões, cuja possibilidade de contato/consumo privilegiou os frequentadores das igrejas, sejam moradores locais ou turistas; diferentemente do que ocorre nas ruas, onde a corda é um espaço de consumo de si e do outro, daquilo que é mediado pela experiência sensorial do ser humano corporificado.

Figura 5 – Pedacos da corda na Abertura Oficial do Círio 2021.



Fonte: Fabrício Coleny/Arquidiocese de Belém. Disponível em: <<https://arquidiocesedebelem.com.br/bencao-da-corda-para-as-paroquias-da-arquidiocese/>>. Acesso em: 12 nov. 2021.

Em situações tradicionais, tendo em vista a quase fusão dos corpos dos promesseiros entre si, junto à corda, num mesmo amontoado, é sugestivo tomar a corda *no* Círio como um objeto produzido pelos que a puxam. A corda no Círio é, assim, um objeto distinto daqueles 800 metros que chegam à cidade de Belém dias antes do segundo domingo de outubro: no momento em que interage com os corpos dos promesseiros, ambos tornam-se um único objeto. Aqui, a questão da cultura material como agenciamento mútuo entre coisas e pessoas não poderia ser mais notável, tamanha é a força do imbricamento, que o efeito visual é gerador de encantamento para quem assiste ao andamento das procissões.

A partir da leitura de Gell (2005) sobre o encanto técnico dos objetos de arte, verifica-se no Círio de Nazaré a possibilidade analítica do fascínio provocado pela corda como um tipo de objeto artístico para quem está fora dela, observando a procissão. Para o autor, o efeito fascinante de um objeto de arte é resultante da personificação objetiva dos processos técnicos que o constituíram: o espectador reconhece que não possui as habilidades necessárias para que ele próprio (re)produza tal objeto e, desta maneira, se encanta pelas técnicas de produção artística. Em outras palavras, o domínio tecnológico é o fator determinante para que se aprecie um objeto de arte fabricado humanamente, antes – ou mesmo independentemente – de suas propriedades estéticas.

Figura 6 – Círio 2018: dos canteiros, arquibancadas e sacadas, olhares atentos para os promesseiros da corda enquanto erguem uma das estruturas de ferro das estações.



Fonte: Gabriel da Mota (acervo pessoal), com desfoque da pesquisa.

Durante as procissões do Círio que envolvem a presença da corda, o momento em que ela passa é um dos mais provocadores de encantamento no público, não apenas pela materialidade em si, mas pelo efeito que o movimento do objeto, integrado ao contexto, causa: a magia da obra sendo confeccionada ali, no momento da procissão, por seus milhares de artesãos-promesseiros. Nesta pesquisa, afirma-se que a corda *no* Círio é um tipo de objeto artístico por ser um produto humano para fins de apreciação, sem com isso deixar de ser também um meio de participação, inserido em um espetáculo cultural da Amazônia paraense que tanto favorece seu consumo imediato, quanto viabiliza as condições de sua produção à vista dos espectadores. Por considerar tais características específicas, é possível tomar a corda como um exemplo de tecnologia do encanto amazônico no Círio de Nazaré.

Ainda acompanhando Gell (2005), o autor denomina como “efeito-halo” a resistência que os objetos artisticamente valorizados apresentam aos admiradores. O termo surge de um recorte do conceito de valor descrito pelo sociólogo Georg Simmel (1979), no qual a valoração de um objeto seria diretamente proporcional à dificuldade de obtenção do mesmo para si. Gell aproveita a ideia de resistência dos objetos, mas a desloca para um sentido mais intelectual do que material: a dificuldade em compreender o “vir-a-ser” de um objeto, os processos técnicos que o produziram, é determinante para a magia que o reveste.

Já em um deslocamento do deslocamento iniciado em Simmel (1979), o que se reflete nesta pesquisa é como a corda do Círio é provocadora de encantamento não exatamente pela

difficuldade de compreensão do processo de puxá-la, do ponto de vista da mecânica, mas pelo reconhecimento de que o esforço físico-mental empregado pelos promesseiros é algo que transcende a mera disponibilidade física para puxar uma corda em contextos menos disputados, aliada à habilidade cognitiva/motora de colocar um andor em movimento. Uma vez que a observação participante foi inviabilizada no ano de 2020 devido à suspensão das procissões, a conclusão acima, dentre outras que versam sobre as sensações de quem assiste à passagem da corda, são fruto de rememorações do pesquisador em Círios anteriores.

Sendo a temática do Círio algo que já despertava meu interesse de análise antes mesmo da ocasião de realização desta dissertação, recupera-se aqui um depoimento colhido cerca de três anos atrás, em uma conversa informal com um promesseiro: o mesmo relatou que, à época, costumava “ir na corda” há cinco anos consecutivos. Na ocasião, questionado sobre a aparente dificuldade física para conseguir pagar sua promessa, o interlocutor afirmou que “é impossível acompanhar a procissão segurando a corda o tempo todo, por causa da pressão dos corpos” (PROMESSEIRO M, 2018). Ainda de acordo com o promesseiro, é usual que os devotos entrem e saiam da fila em momentos alternados, para conseguirem chegar até o final do percurso. A dificuldade de obtenção da corda, neste caso, não se dá no terreno da aquisição material para além do momento da procissão (algo que será discutido mais à frente), mas justamente de tocá-la naquele momento imediato em que se pretende pagar a promessa.

No sentido de que a apropriação da corda tende a ser mais difícil no momento da procissão do que após, encaminhamo-nos para outra ideia inspirada pelas discussões da cultura material: os fluxos vitais das coisas, conforme propõe a antropologia ecológica defendida por Ingold (2012). O autor se ocupa de chamar a atenção para as propriedades materiais dos objetos, argumentando que eles são “avivados” nos processos interacionais estabelecidos com outros objetos no mundo que habitam. Coisas são objetos vivos, que “vazam” para além das superfícies que as circundam. Como na corda *no* Círio, em que o discernimento sobre limites é posto em xeque: não fossem as bandeiras que sinalizam as estações²² da corda, onde começam e terminam seus 400 metros de comprimento? Onde está a mão daquele promesseiro? Assim como quem assiste, quem faz a procissão (seja efetivamente puxando a corda, seja caminhando junto a milhões de pessoas) também está propenso a não entender os limites: “eu não sei se caminho sozinho ou se me carregas pela multidão” (BANDA SAYONARA, 2014).

²² Cinco estruturas de metal que, posicionadas a cada 100 metros da corda, auxiliam a suportar a pressão exercida pelos promesseiros.

Figura 7 – Promesseiros da Estação 5 (E5) da corda, no Círio 2015. Identifica-se a presença do objeto pela bandeira e pelas mãos erguidas dos promesseiros.



Fonte: Gabriel da Mota (acervo pessoal), com desfoque da pesquisa.

Por ser um objeto produzido enquanto a procissão caminha, a corda *no* Círio não é um objeto acabado, uma forma final, mas sim uma coisa viva (INGOLD, 2012). Faz-se necessário esclarecer que, no escopo deste estudo, não se pretende aprofundar na crítica de Ingold (2012) sobre a dupla redução de coisas a objetos, e de vida a agência, quando o mesmo discute questões de cunho epistemológico nos estudos da cultura material. Para os propósitos desta pesquisa, que não incluem o esgotamento das potencialidades analíticas do objeto em questão, acompanha-se o autor enquanto o mesmo propõe o reconhecimento da integração das coisas no mundo vivido.

No Círio, o efeito encantador causado pela corda resulta tanto do esforço (sobre)humano dos indivíduos que a puxam, quanto da energia viva que ambos, corda e sujeitos, exalam e performam, de modo que se tornam um só. Conforme registra Saré (2005), “as fileiras [de promesseiros] logo se transformarão num aglomerado de pessoas, das quais muitas não conseguem sequer tocar a corda, prendendo-se aos corpos das outras” (p. 151). Em outras palavras, a corda *no* Círio não se trata da materialidade em si, os nós de sisal, mas sim dos próprios promesseiros integrados uns aos outros e à Nossa Senhora. Juntos, eles são a corda.

Figura 8 – Corda no Círio de Nazaré 2014.



Fonte: Gabriel da Mota (acervo pessoal), com desfoque e ilustração da pesquisa.

O efeito estético causado pelo caminhar da corda é, como na figura acima, semelhante ao serpentear: ora pendendo para os lados, ora seguindo em linha reta, decidida a cumprir seu trajeto. Em um espetáculo tão genuinamente amazônico, é sugestivo pensar a corda como um dos elementos míticos que compõem o imaginário da região, cuja visualidade é um convite ao extraordinário que se experiencia somente naquele segundo domingo de outubro. Nas palavras do poeta, “o efeito do sublime é um modo de sentir. É a representação do real por meio do irrepresentável. A boiuna, cobragrande mítica, por exemplo, é o efeito do sublime representando o irrepresentável do rio” (PAES LOUREIRO, 2016, p. 127).

Neste rio amazônico encenado pela corda, ainda que (com esforço) seja possível distinguir as matérias que compõem o todo – corpos, corda, Santa –, não se pode distinguir quem constitui o quê. A condição de promesseiros é viabilizada pela corda e pela Santa; é por meio dela (objeto) que eles podem pagar suas promessas à Ela (Nossa Senhora). Por outro lado, elas, corda e Santa, dependem dos promesseiros em fila, atestando publicamente que foram atendidos em seus pedidos e que estão dispostos a cumprir com o prometido, para transcenderem a dimensão imaterial e se materializarem ante os olhos dos devotos como irrefutavelmente reais.

Na perspectiva do consumo, tais objetos e pessoas são elementos que se retroalimentam, fazendo da procissão um momento de variadas trocas em simultâneo. O espectador que assiste

à procissão, ao mesmo tempo a integra: “esse primado do olhar não elimina a posição do sujeito como espectador participante. Ator que também está na platéia de si mesmo e dos outros” (PAES LOUREIRO, 2016, p. 127); o promesseiro que intercambia com a Santa o pagamento da intervenção concedida; o comércio paralelo que se faz de outros objetos, religiosos ou não, enquanto a procissão passa. A corda, que é um produto de consumo durante a procissão, também será consumida em outros momentos: seus artesãos irão reparti-lo com outras pessoas, entregando a elas o objeto que é prova do esforço empreendido para o pagamento da promessa; o que será tratado no próximo subitem.

1.3 Sobre os universos simbólicos e o agenciamento dos objetos

Antes mesmo das procissões chegarem ao destino, o corte da corda se tornou uma prática comum e sobre a qual não se tem controle, ainda que as autoridades religiosas e a imprensa se posicionem contra, alertando sobre os riscos físicos para os próprios promesseiros e para os demais caminhantes no entorno. Enquanto a procissão ocorre, já é possível ver (presencialmente e pelas transmissões midiáticas) pedaços da corda sendo distribuídos pelos promesseiros, exibidos como materialização de uma conquista dupla: o cumprimento da promessa de puxar a corda e o próprio acesso à propriedade de um fragmento do objeto.

Sendo o Círio de Nazaré um momento cíclico da cidade de Belém que mobiliza instituições sociais do tipo políticas, religiosas, familiares e culturais, pode-se afirmar que em uma sociedade de consumo de massa (MILLER, 2013) a questão econômica faz do Círio e de seus elementos (i)materiais produtos de consumo, dentre os quais: o cartaz oficial como principal peça publicitária, os ingredientes para os pratos típicos do almoço do domingo, os brinquedos de miriti e outros produtos artesanais da cultura paraense; assim como tantos outros viabilizados pelo evento. Para efeitos analíticos da corda, é possível identificar variados momentos de consumo deste objeto: antes das procissões, quando a corda desembarca em Belém após ser confeccionada em outro estado brasileiro; efetivamente durante as procissões; e depois, quando é repartida em pedaços que ganham destinos vários.

Neste estudo, o consumo é percebido a partir da relação estabelecida com os objetos materiais que circulam significados culturais (MCCRACKEN, 2007) e que oportunizam o encontro de afetividades por meio da troca material. Nesse sentido, os objetos são construídos e agenciados por sujeitos, ao mesmo tempo em que constroem e agenciam vidas e sujeitos. No Capítulo 2, serão exploradas questões mais específicas sobre as imagens de Nossa Senhora de

Nazaré no Círio como bens consumíveis; mas sendo o consumo uma das categorias-chave desta pesquisa, neste capítulo vamos tomar a corda também pelo viés do consumo no Círio.

A confecção da corda é encomendada para uma empresa da cidade de Itajaí/SC desde o ano de 2012. O custeio da corda não costuma ser um assunto divulgado pelos organizadores da Festa; no entanto, por meio de levantamento de notícias²³ sobre o assunto para a presente pesquisa, descobriu-se que o valor para a fabricação do objeto é normalmente doado por um devoto anônimo. Nos últimos anos, o desembarque da corda em Belém tem se transformado também em uma espécie de evento da programação nazarena, pelo qual se cria expectativa desde o transporte do objeto:

Figura 9 – Notícia anunciando a chegada da corda para o Círio 2018.



Fonte: <<https://www.facebook.com/ciriodenazare/photos/a.151726304916604/1929116770510873/>>.

Acesso em: 20 ago. 2021.

Percebe-se que a valoração deste objeto começa bem antes do início das procissões. Assim, a corda atua como um elemento indispensável e quase humano do Círio de Nazaré, à medida que se espera pela sua chegada, acompanhando sua trajetória até Belém. Aqui, é possível estabelecer um paralelo com o costume que as famílias belenenses têm de receber parentes do interior ou de fora do estado, que vêm especialmente para a cidade passar os festejos junto à família.

²³ Fontes: <<https://www.nsctotal.com.br/noticias/corda-utilizada-no-cirio-de-nazare-e-produzida-em-sc>>; <<http://paramazonia.com.br/tur/?p=50>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

Tabela 4 – Relatos dos interlocutores sobre momentos de confraternização no Círio.

O QUE ESSES MOMENTOS TRAZEM DE LEMBRANÇAS?
Minha avó em companhia de minha mãe preparando o almoço do Círio, as reuniões de várias famílias em nossa casa (tios, tias, primos, primas, parentes e amigos). Cheiro de comida, meus tios ligando que estão chegando de outros estados, maniçoba, vatapá, tacacá. Quando a gente preparava tudo pra receber as nossas famílias que vinham do interior do estado e a gente compra maniçoba, pato no tucupi, farofa. Encontro com os familiares que vêm de longe.

Fonte: Campo I (2020).

Já no momento das procissões, podemos considerar que quem assiste à passagem da corda são “espectadores-consumidores”, os primeiros a valorar aquele processo técnico realizado diante de seus olhos. O trabalho dos artesãos (que puxam a corda) é recompensado com aplausos, cânticos, gritos de incentivo, ofertas de água para amenizar o calor e a sede, silêncios contemplativos... valor que se atribui e se objetiva de variadas formas²⁴. A partir da compreensão dos pesquisadores Otacílio Amaral Filho e Regina Alves (2018) sobre o Círio enquanto um espetáculo cultural amazônico que também é um ritual de consumo, o ato de pagar a promessa torna-se, assim, um produto simbólico que está

na mesma esfera de valor de um produto tangível como mercadoria, ele tende a se ampliar como natureza do trabalho que envolve tempo de realização e materiais utilizados pelo criador ou criadores, que estão na ordem mercadológica de produção, mas se acrescenta a este trabalho um valor estritamente cultural, que, termina por lhe dar a configuração valorativa que o categoriza para o mercado de bens simbólicos como um produto cultural (AMARAL FILHO; ALVES, 2018, p. 37).

Sendo um produto cultural cujo consumo nos moldes tradicionais foi inviabilizado pela pandemia iniciada no ano de 2020, percebeu-se, a partir do segundo questionário de campo *online*, que as procissões do Círio seriam a principal ausência sentida pelos interlocutores. De acordo com os relatos, as procissões despertam sensações relacionadas à presença física, como “calor humano”, “energia”, “ver Nossa Senhora presencialmente” (CAMPO II, 2020). Assim como nas experiências já vividas pelo pesquisador no Círio, para os respondentes da pesquisa a dimensão simbólica da presença parece ser a principal mediadora da valoração atribuída à experiência de participar do Círio; algo temporariamente comprometido pela pandemia da Covid-19, pelo qual se deseja experienciar/consumir novamente.

²⁴ Como não foi possível realizar o trabalho de campo *in loco* no ano de 2020, em virtude do cancelamento das procissões, as considerações acima são fruto de observações do pesquisador-participante em Círios anteriores.

Figura 10 – Oferta de água para os promesseiros da corda no Círio 2015.



Fonte: *Blog Manuel Dutra*, com efeito desfoque (da pesquisa). Disponível em: <<http://blogmanueldutra.blogspot.com/2015/10/um-cirio-rapido-com-muita-agua-corte-da.html>>. Acesso em: 20 dez. 2020.

Ao final das procissões, ou até mesmo durante elas, convencionou-se ao longo da história do Círio, repartir a corda entre os promesseiros. Os pedaços repartidos testemunham o sacrifício empreendido, visto que a aquisição dos fragmentos é feita pelos próprios promesseiros que a puxaram, como forma de também documentar o esforço empreendido. Oficialmente, faz parte da programação tanto da Trasladação quanto do Círio desatrelar a corda alguns metros antes do destino final; isso auxilia no controle do andamento da procissão, bem como ameniza o desgaste físico sofrido pelos promesseiros. Este corte da corda é coordenado e executado pelos membros da Guarda de Nazaré²⁵. Os fragmentos do objeto são abençoados pelo Arcebispo de Belém e, em seguida distribuídos aos promesseiros responsáveis por destinar os pedaços da corda ao final do espetáculo produzido por eles próprios.

No entanto, é corriqueiro o corte “antecipado” da corda, empreendido por alguns dos promesseiros em meio à multidão que caminha próximo. Por ser uma prática perigosa à integridade física das pessoas cuja proibição é quase impossível, anualmente a Igreja e a imprensa divulgam uma campanha de conscientização pelo não-corte da corda por parte dos

²⁵ Grupo formado por indivíduos do gênero masculino que atuam voluntariamente em atividades eclesiais da Paróquia de Nazaré: missas, procissões e eventos afins (COREA, 2016). Durante o Círio, os membros da Guarda são responsáveis por fazer a contenção física de pessoas em torno da Imagem Peregrina. Em 11 de junho de 2019, a Guarda de Nazaré recebeu o título de Patrimônio Cultural e Imaterial do Estado do Pará. Fonte: <www.instagram.com/guardadenazare>. Acesso em: 18 jun. 2021.

promesseiros, garantindo assim o controle eclesiástico sobre o que se tornou uma espécie de ritual popular.

Figura 11 – Campanha da Guarda de Nazaré pelo não-corte da corda no Círio 2019.



Fonte: Facebook Guarda de Nazaré. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/guardadenazareoficial/photos/a.1586028695055331/2440059112985614/?type=3>>.

Acesso em: 19 dez. 2020.

Figura 12 – Jovens disputam um pedaço da corda na Trasladação 2014.



Fonte: Gabriel da Mota (acervo pessoal), com desfoque da pesquisa.

Sendo um bem de consumo que escapa dos domínios religiosos que organizam o Círio, a corda é um objeto envolto em polêmicas de ordem moral. Além da questão do corte não

“autorizado” aos promesseiros, já foi registrada a venda de pedaços da corda pela internet²⁶. Ainda que a Igreja não compactue com este tipo específico de comércio da corda, pode-se dizer que a instituição religiosa “lucra”, do ponto de vista simbólico, com os valores gerados pela materialidade. Desde a aquisição do objeto que não envolve transações comerciais diretas (já que é custeada por doação de terceiros) até o ato de cortá-lo, como um exercício de legitimação da autoridade religiosa no Círio, o valor simbólico da Igreja é reforçado por meio da relação material estabelecida com a corda – que, antes de ser do povo, é sacra.

Os interlocutores desta pesquisa, por sua vez, indicam que sua relação com a corda do Círio não costuma envolver a comercialização do objeto, mas sim doações e recebimentos de fragmentos dela em forma de presente. Quando questionados sobre já terem adquirido alguma lembrança do Círio/o que adquiriu/como adquiriu, os participantes da pesquisa que já adquiriram pedaços da corda (21,3% dos que responderam “sim”) informaram que ou os “conseguiram” em procissões, ou os ganharam de alguém (CAMPO I, 2020). É interessante perceber como o consumo deste objeto para os interlocutores da pesquisa não se dá pela esfera econômica, mas sim pela disputa no momento da procissão e/ou consequente distribuição, para posteriormente ser guardado consigo ou passado adiante para outra pessoa como uma dádiva, de acordo com o conceito proposto por Mauss (2007). Na perspectiva do autor, o ato de dar alguma coisa material a alguém implica em demonstração de superioridade social, e o de receber, uma obrigação à qual não cabe recusa.

No caso da corda do Círio, o revestimento sacro que constitui o objeto pode ser um aspecto que ratifica a ordem moral deste tipo de troca. No sentido proposto por Mauss (2007) ao discorrer sobre a virtude das coisas, elas, quando confundidas com os “espíritos” que as habitam, possuem uma força de circulação ainda maior. É o que parece ocorrer na situação relatada por alguns interlocutores que ganharam pedaços da corda: em comum, o fato de que essas pessoas receberam o objeto de sujeitos desconhecidos, ou seja, com os quais não havia um vínculo prévio e nem se estabeleceu alguma relação interpessoal a partir dali. A solidariedade do ato demonstra que a corda é uma coisa agenciadora dos humanos à medida que os obriga a dá-la e a recebe-la, sem que para isso seja necessária alguma relação prévia intersubjetiva. Trata-se de uma interação do tipo momentânea, condicionada pela presença física da corda fragmentada, que “precisa” seguir adiante.

²⁶ Disponível em: <<http://g1.globo.com/pa/para/cirio-de-nazare/2014/noticia/2014/10/pedacos-da-corda-do-cirio-de-nazare-sao-vendidos-na-internet.html>>. Acesso em: 18 jun. 2021.

Além disso, inserida na experiência ritualística do Círio midiaticizado (AMARAL FILHO; ALVES, 2018), tamanha circulação da corda pode ser interpretada ainda pela lógica da cultura de consumo, que estende a experiência cultural para além de suas fronteiras geográficas, visando ao alcance de públicos cada vez mais globais. A corda, assim, é um bem de consumo que transita entre sujeitos, independentemente de terem estado na ocasião das procissões, testemunhando a realização do Círio sempre que o indivíduo possuidor do fragmento quiser acessá-lo por meio daquela materialidade.

A esta altura da análise, a sacralidade da corda pode ser questionada: sua aura resiste à tamanha circulação? Entre as definições de sacro e profano, no caso da corda, os limites parecem não ser muito claros. Quando reflete sobre os limites do consumo, Perez (2020) recupera o que afirma Han (2012): profanação é o rompimento do acesso exclusivo a coisas cotidianas, antes reservadas aos deuses, para que então voltem ao uso comum, ordinário. Assim, o movimento de seguir adiante “executado” pela corda do Círio profana sua sacralidade por meio da circulação entre pessoas ordinárias: promesseiros e demais participantes das procissões. No entanto, sua dimensão sagrada não se perde, visto que nela reside a força de circulação do objeto.

Antes de seguir para o capítulo seguinte, não estive no escopo deste esgotar os sentidos provocados pela corda do Círio para os participantes dessa manifestação multidimensional. Uma vez que sua possibilidade analítica foi esclarecida após a realização da pesquisa de campo, durante a etapa de sistematização e interpretação dos dados obtidos, o que se percebeu até aqui é que a corda, sendo um dos objetos mais significantes no imaginário dos participantes do Círio de Nazaré, desperta profícuas considerações sobre a cultura material do Círio – considerações que estão para além do momento pandêmico que se apresenta desde 2020. Pensar sobre a corda em diálogo com a cultura material nos permitiu refletir sobre algumas das experiências do Círio para quem dela participa, e a perceber que os processos comunicativos nela estabelecidos são fundamentais para a construção de significados em constante atualização: na convivência entre temporalidades passadas e momentos presentes, o Círio nunca é o mesmo, mas sempre é um retorno ao já vivido. Compreender os agenciamentos mútuos entre coisas e pessoas nos fez perceber, ainda, que os sentimentos materializados em objetos podem, muitas vezes, falar tanto quanto palavras e outras expressões humanas, a fim de comunicar o que se sente.

Para o capítulo seguinte, como continuidade de um pensamento que se inicia na cultura material e naturalmente se desdobra para refletir sobre a sociedade de consumo (MILLER, 2007), na qual estamos inseridos, busca-se pensar: o que é possível monetarizar e vender na

experiência da fé? Para tanto, e também elegendo um objeto cujo protagonismo igualmente despontou na pesquisa de campo, o Capítulo 2 irá analisar as imagens de Nossa Senhora de Nazaré como bens consumíveis que adquirem variados formatos materiais e de circulação, ampliando possibilidades de consumo e de análise sobre os processos comunicacionais aí envolvidos.

2 AS IMAGENS DE NAZARÉ PELO VIÉS DO CONSUMO

Neste segundo capítulo, em que o consumo é a categoria principal de discussão, escolheu-se utilizar como pano de fundo as imagens de Nossa Senhora de Nazaré como elementos (i)materiais que se apresentam em variados formatos, os quais se configuram também como produtos adquiridos no Círio. Entende-se consumo como uma prática cultural, na qual a circulação de objetos faz circular também significados culturais (MCCRACKEN, 2007), uma vez que esses significados estão inseridos nos bens adquiridos. Compreende-se, ainda, que o consumo de massa como fenômeno global contemporâneo reorganiza a produção simbólica de experiências e de práticas cotidianas (FEATHERSTONE, 1995, p. 159), e, no caso específico do Círio de Nazaré, o consumo expressivo das imagens de Nossa Senhora demonstra que a religião, assim como outras instituições sociais, teve de se acomodar à cultura de consumo vigente (ibid.), dada a imbricação do consumir na experiência de estar no mundo.

Importante ainda é reconhecer que estar no mundo é estar com outros sujeitos e, para compreender o consumo como prática cultural, deve-se atentar para as relações sociais estabelecidas com as e por meio das coisas. Nesse sentido, a cultura material é um aporte teórico que segue contribuindo para a discussão proposta neste capítulo, ao atentar para a constituição humana como um processo que perpassa a relação com as materialidades. Assim, o consumo nesta pesquisa é visto pela perspectiva da cultura material, para compreendê-lo como um aspecto desta: “as pessoas sempre consumiram bens criados por elas próprias ou por outros” (MILLER, 2007, p. 40). Dessa forma, o consumo do/no Círio é um fenômeno da sociedade de consumo de massa que precisa ser estudado levando em consideração a natureza humana da troca, que se exacerba no capitalismo, mas não necessariamente é inventada por este sistema econômico.

Para tanto, as bases sociais das emoções do devoto que também agenciam práticas de consumo assumem especial importância neste estudo, a exemplo da customização de produtos como cartazes e camisas que, uma vez adquiridos, são personalizados pelos consumidores, com a inserção de adereços, a inclusão de nomes de empresas ou grupos de oração (CAMPO I, 2020), dentre outras práticas orientadas pela afetividade em relação ao Círio e suas coisas. A questão afetiva do consumo chama a atenção para a emoção que se associa às materialidades, compreendendo a prática de consumir como uma atividade sociocultural (BRAGA; KUREBAYASHI, 2014), uma vez que “em toda cultura há objetos significativos, imbuídos de significado simbólico” (ibid., p. 117).

Nesta perspectiva, a discussão proposta neste capítulo tem como premissa que a afetividade dos participantes do Círio em relação aos objetos que consomem se trata de uma atividade, e não passividade, nos termos da teoria dos afetos elaborada por Espinosa: “a diferença entre ser ativo e ser passivo está no fato de a coisa (neste caso o homem) ser ou não causa adequada do que se passa nela” (JESUS, 2015, p. 165). O desejo por trás do consumo, assim, é compreendido nesta pesquisa em seus aspectos fenomenológicos, como uma construção feita a partir dos encontros dos indivíduos com o mundo, materializando-se como resultado desses encontros, para além de uma decisão racional e cognitivamente justificável (SILVA; GOMES, 2017).

Tendo em vista a variedade de objetos que se tornam bens de consumo no Círio, e a consequente escolha metodológica pelas imagens de Nossa Senhora de Nazaré como direcionadoras deste capítulo, é preciso antes contextualizar a questão das imagens físicas na religiosidade cristã-católica. A imagem da mãe de Jesus Cristo é um objeto sacro, integrante da prática católica de veneração a figuras divinas, cuja materialidade representa o/a santo/a de devoção. No Círio de Nazaré, além da sacralidade, o que se observa é uma pluralização da Imagem da Santa, cuja reprodutibilidade técnica por meios físicos e digitais ajuda a propagar midiaticamente o Círio na figura de um ícone ambivalente: é tanto objeto, quanto sujeito. A força de mobilização social imbuída na materialidade é vista por onde passa, e os simbolismos que carrega na sociedade paraense possuem dimensão institucional: de acordo com a Lei 4.371, de 15 de dezembro de 1971, Nossa Senhora de Nazaré é proclamada Patrona do Estado do Pará, tendo o Governo Estadual como obrigação prestar homenagens anualmente à Padroeira, a exemplo do que ocorre na chegada da Romaria Fluvial, no sábado de véspera da grande procissão do Círio²⁷. Por isso, nesta pesquisa, opta-se por grafar Imagem com inicial maiúscula quando se refere àquela que circula presencial e digitalmente²⁸, mobilizando as pessoas como se fosse Ela própria a figura humana da mãe de Cristo, presentificada.

Nesse sentido, Santos (2017) argumenta que Nossa Senhora de Nazaré é, dentre tantos símbolos materiais característicos da festa, a principal “persona” do Círio, marca simbólica mais forte da festa religiosa e cultural paraense. Recuperando o mito de origem da devoção

²⁷ Fontes: <<http://sociedadeparaense.blogspot.com/2011/10/patrona-do-para-por-forca-da-vontade-do.html>>; <<http://g1.globo.com/pa/para/cirio-de-nazare/2015/noticia/2015/10/imagem-de-nossa-senhora-de-nazare-segue-em-romaria-fluvial.html>>. Acesso em: 18 set. 2021.

²⁸ Também chamada de Imagem Peregrina, assim é intitulada por ser conduzida nos eventos oficiais do Círio desde o ano de 1969, em substituição à Original. Representa a identidade fenotípica local, de acordo com a Paróquia de Nazaré: Maria tem “o rosto das mulheres amazônicas”, e o menino Jesus tem “a aparência de uma criança indígena” (CÍRIO DE NAZARÉ, 2021). Ver mais em: <<https://ciriodenazare.com.br/cirio/simbolos>>.

nazarena, a narrativa conta que Plácido José de Souza, um caboclo amazônico, encontrou às margens do igarapé Murutucu (atual região central de Belém) uma imagem de Nossa Senhora de Nazaré, por volta do ano de 1700. Plácido levou consigo a imagem até sua casa, mas no dia seguinte, ela desapareceu, e retornou ao local onde foi encontrada pela primeira vez. A “atitude” da Imagem teria se repetido outras vezes, mesmo quando foi levada para o Palácio do Governo e ficou sob vigilância. Por isso, decidiu-se erguer nos anos seguintes uma capela, no local do achado, onde hoje fica localizada a Basílica-Santuário de Nazaré, para prestar devoção à Ela. Anos depois, devido à repercussão dos relatos devocionais, foi realizada a primeira procissão do Círio de Nazaré, no ano de 1793 (IPHAN, 2006).

De acordo com Santos (2017), essa narrativa que se reconta até os dias de hoje faz com que a Santa seja a principal “personagem” do Círio, no sentido sintetizado por Perez (2011): *perssonage* é um vocábulo que surge da junção de outras duas palavras, “pessoa + age”, implicando assim no significado de “pessoa em ação”. Utilizada em anúncios publicitários, por ocasião das festividades e da programação em torno do Círio, nas formas de fotografias e/ou ilustrações, a imagem de Nossa Senhora é, assim, uma representação imagética da figura que dá origem à realização do Círio, cuja apropriação midiática é feita por diversas empresas, organizações e pela própria Igreja, que organiza a agenda religiosa da festa.

Os sentidos atribuídos à e despertados pela Imagem de Nossa Senhora de Nazaré na sociedade paraense exemplificam a questão da ocupação expressiva das imagens nos espaços humanos e os vínculos com elas estabelecidos. De acordo com as proposições de Baitello Junior (2002; 2007) sobre a cultura imagética na qual estamos todos cada vez mais inseridos, “as imagens a que nos referimos conquistaram no mundo contemporâneo o grau de igualdade em relação aos homens: ocupam o mesmo espaço, consomem o mesmo tempo e chegam mesmo a possuir igual status jurídico” (idem, 2002, p. 2). Para o autor, a própria ideia de cultura é uma criação imaterial humana, “que é o mundo imaginário que nos cerca, e [os seres humanos] entraram nesse mundo imaginário e vivem dependendo desse mundo imaginário” (idem, 2007, p. 78). O raciocínio que se segue é em tom de crítica, observando que a grande quantidade de imagens produzidas para ocupar o mundo material exerce um efeito restritivo no imaginário que nos constitui subjetivamente, em direcionamentos do pensar e do agir.

Quando se trata do Círio e das imagens de Nossa Senhora, percebe-se que essas materialidades são criadas e fortalecidas também a partir dos laços afetivos que constituem as relações entre os sujeitos que vivem a experiência religiosa e/ou cultural e social do Círio. Acompanhando a noção de afeto elaborada por Espinosa (JESUS, 2015), observa-se que a

(re)produção das imagens da Santa é um tipo de afetividade ativa: quando somos causadores do que nos afeta corporalmente, materialmente, aí reside o caráter ativo da afetação (p. 169). Neste estudo, propõe-se tomar as imagens referidas como objetivações materiais dos afetos sentidos pelos participantes do Círio, compreendendo que a prática cultural de consumir essas e tantas outras materialidades se configura como um processo envolto em deliberações emotivas e racionais, resultantes de uma potência humana de agir no mundo com as coisas.

Seguindo a ideia de representação imagética, Nossa Senhora de Nazaré é relacionada a uma figura humana materna, a quem se pode recorrer em busca de proteção e por quem se nutre sentimentos de carinho, respeito, cuidado. Tamanha fluidez dos objetos do Círio, em superação a dicotomias como sujeito-objeto, material-imaterial é uma proposta teórica já registrada por Paes (2015), quando trata dos ex-votos pela perspectiva da cultura material religiosa. Nesta pesquisa, os relatos trazidos pelo campo acompanham a perspectiva de significados atribuídos à Imagem de Nossa Senhora que transcendem sua materialidade, sem desconsiderar essa mesma constituição material, como ilustra a tabela abaixo:

Tabela 5 – Respostas sobre o significado de N. Sra. de Nazaré.

O que Nossa Senhora de Nazaré significa para você?
Uma mãe que nos ama incondicionalmente. Um amor puro. Sem distinção.
Mãe, padroeira e esperança.
Minha mãe.
"Um facho luminoso!!
Um espírito de alta envergadura moral!!
Iluminando a todos nós com seu amor incondicional, fiel ao propósito de amor mais puro, sublimado!!"
representação material simbólica de fé.
Ela é a que me protege com seu manto de amor!
Mãe de Deus e mãe do povo do Pará.
A imagem da esperança de um povo.
Faz parte da minha cultura.
Nossa Mãe querida e vizinha preferida, moro ao lado da igreja.

Fonte: Campo I (2020).

Tamanho simbolismo em torno de uma mesma materialidade, deve-se reconhecer que na sociedade de consumo de massa vigente (MILLER, 2007), a Imagem de Nossa Senhora de Nazaré se pluraliza, torna-se imagens, que circulam por meio de variados formatos: desde esculturas que se assemelham à Original e à Peregrina, até a fotografias dessas imagens, que estampam outros produtos de consumo (camisas, cartazes, livros, acessórios, chaveiros, ventarolas, toalhas, dentre tantos outros objetos), adquiridos e exibidos pelas pessoas que

participam do Círio (CAMPO I, 2020). Também faz parte da experiência dos participantes registrar momentos do Círio (96% dos interlocutores já registrou) e utilizar mídias sociais para compartilhar esses momentos (90,9% já compartilhou em seus perfis na internet), o que contribui para uma ampla propagação do evento, considerando a ausência de fronteiras físicas no meio *online*.

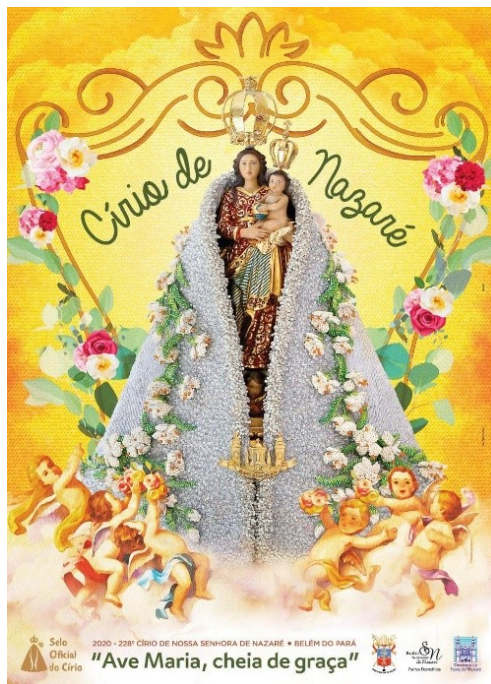
Dentre os objetos exibidos pelos interlocutores, o cartaz oficial de divulgação da festa é um dos principais: 65,8% das pessoas já o exibiram (CAMPO I, 2020). O mesmo objeto figurou dentre os principais na segunda etapa do campo, quando se questionou “Você já adquiriu alguma coisa do Círio este ano?”: a maioria, 55,8%, já o haviam adquirido (CAMPO II, 2020). A etapa em questão foi realizada entre os meses de setembro e outubro de 2020, às vésperas do Círio daquele ano, com as procissões e eventos presenciais suspensos por conta da pandemia da Covid-19.

Os dados acima apontam para o cartaz como sendo um objeto capaz de manter o Círio e Nossa Senhora presentes, ainda que a realização dos eventos presenciais estivesse em suspenso no ano de 2020. Em 2021, com a redução da média móvel de casos e de óbitos pela Covid-19 no Pará e no Brasil, a procissão do Traslado para Ananindeua e Marituba (a primeira de 13 oficiais) foi a única que voltou a ser realizada²⁹, com formato adaptado para a manutenção do distanciamento social; e a apresentação do cartaz voltou a ser feita em cerimônia aberta ao público. De toda forma, quando se considera o contexto da pandemia e a reorganização de práticas sociais presenciais em torno do Círio, o cartaz é um objeto para se pensar sobre o paradoxo da imagem que é capaz de fazer presente uma ausência (BAITELLO JR., 2002, p. 2), e que no caso do Círio de Nazaré, sempre ocupou lugar de protagonismo, mesmo quando se considera o modo tradicional de realização, com as procissões nas ruas: a Imagem na berlinda já configura uma representação de Nossa Senhora em pessoa. Sua ausência nas ruas não impede, como visto, sua presença por meio de outros formatos, como na peça publicitária, cuja tiragem em 2020 foi de 900 mil exemplares, e em 2021, de 800 mil³⁰. Assim, a experiência do Círio é um fenômeno construído imagetivamente, por meio de Nossa Senhora, em suas variadas formas estar presente.

²⁹ Fonte: <<https://www.oliberal.com/cirio/traslado-para-ananindeua-e-marituba-sera-a-unica-romaria-do-cirio-2021-1.443330>> Acesso em: 14 out. 2021.

³⁰ Fontes: <<https://www.oliberal.com/belem/acompanhe-a-cerimonia-que-antecede-a-apresentacao-do-cartaz-do-cirio-2020-1.272291>>; <<https://dol.com.br/noticias/para/655804/conheca-o-cartaz-oficial-do-cirio-de-nazare-2021?d=1>>. Acesso em: 18 set. 2021.

Figuras 13 e 14 – Cartazes dos anos de 2020 e 2021, respectivamente.



Fontes: <<https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2020/05/31/cartaz-do-cirio-2020-e-apresentado-por-transmissao-da-basilica-santuario.shtml>>; <<https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2021/05/31/cartaz-do-cirio-2021-traz-referencias-a-pandemia-e-pede-paz.shtml>>. Acesso em: 07 set. 2021.

No primeiro subitem deste capítulo, o histórico do cartaz será melhor desenvolvido, mas desde já cabe pontuar que a peça de divulgação é um objeto de dimensões sociais várias: exibi-lo na frente das casas, presentear amigos com um exemplar, participar da cerimônia de apresentação, compartilhar a versão digital nas mídias sociais pessoais são exemplos de práticas de fé e de sentidos muitos.

Além do cartaz, outros objetos podem ser elencados quando se trata de coisas que as pessoas comprem para si ou recebem como presente, de acordo com as respostas dos interlocutores nas duas etapas de campo desta pesquisa. Às vésperas do Círio 2020, além de a maioria já ter adquirido o cartaz, as pessoas também já haviam comprado “ingredientes para o almoço” do segundo domingo de outubro, e “máscaras personalizadas” com a temática do Círio (16,2% cada) (CAMPO II, 2020). Dentre os itens adquiridos em experiências anteriores, “fitinhas” de amarrar no pulso e “pedaços da corda” foram os principais itens citados, sendo a aquisição desses e de outros itens³¹ viabilizada pela compra, pela conquista nas procissões ou

³¹ Também aparecem como itens já adquiridos: imagens, cartazes, chaveiros, brinquedos de miriti, terços, canecas, camisas, santinhos, quadros, crucifixos, toalhas, leques/ventarolas, broches, CDs com músicas do Círio, pelúcia (CAMPO I, 2020).

porque receberam de presente. Com base nesses dados, percebe-se a força da cultura material do Círio que amplifica a quantidade de significações e de representações, considerando a variedade de objetos que circulam, e seus respectivos significados.

Nesta pesquisa, que se propõe a analisar as experiências sociais do Círio em um diálogo, sobretudo, com a cultura material e o consumo, a análise da dimensão moral da troca se complexifica. Acompanhando os pressupostos de Mauss (2007) sobre as relações de transação que dão sentido às relações sociais, compreende-se que no caso do Círio, não é possível afirmar que todas as pessoas experienciem as mesmas impressões quando consomem um mesmo (tipo de) objeto, mas sim que o agenciamento mútuo, tanto da materialidade ofertada, quanto de quem a recebe, é uma característica constitutiva desse fato social paraense, sendo o consumo um aspecto da cultura material do Círio de Nazaré que se desdobra como categoria analítica neste estudo.

Por isso, entende-se que o cartaz é um dos vários objetos elementares para a experiência social do Círio, que faz parte do processo comunicativo de estar no/viver o Círio, à medida que publiciza sua realização às proximidades do mês de outubro, quando a programação nazarena se intensifica. Assim, o cartaz é um item desde capítulo que será contextualizado enquanto primeira peça publicitária oficial do evento, por ser lançada ainda no mês de maio pela DFN.

2.1 O cartaz que anuncia, agencia e é agenciado

Produzido desde o ano de 1826, de acordo com informações do *site*³² oficial do Círio, o cartaz de divulgação materializa o anúncio da chegada de mais um Círio, sendo assim um dos elementos (i)materiais da festa com o qual, com o passar dos anos, os sujeitos estabeleceram uma tradição: fixá-lo nas portas de casas, prédios comerciais e órgãos públicos comunica visualmente a renovação do ciclo da cidade, que se prepara para o evento. A imaterialidade do significado do cartaz pode ser vista por meio da afetividade que se constrói com a peça; sentimento que leva a práticas de reelaboração do mesmo, como a reprodução e customização dos exemplares, publicizada em mídias sociais da internet:

³² Disponível em: <<https://www.ciriodenazare.com.br/cirio/simbolos>>. Acesso em: 15 mar. 2022.

Figuras 15 e 16 – À esquerda, devoto publica o histórico dos cartazes do Círio desde o ano de 2010; à direita, devota compartilha customização feita em um exemplar impresso, do ano de 2021.



Fontes: Capturas de tela dos grupos “Devotos de Nossa Senhora” e “Círio”, no *Facebook* (2021), com diagramação da pesquisa.

Acompanhando a teoria dos afetos de Espinosa, compreende-se essas práticas como uma atividade em resposta à afetação provocada pela chegada de mais um Círio, quando a mente “não apenas recebe uma imagem, mas age sobre ela” (SILVA; GOMES, 2017, p. 123). Por meio de tal ação humana, o que habita, em teoria, exclusivamente o terreno do imaginário, torna-se existente, materializando a força das imagens sobre o universo das experiências humanas. Do ponto de vista católico, a questão imagética é fundamental para a manutenção da crença em Nossa Senhora: um ato volitivo que perpassa a relação construída com Ela por meio delas, as imagens. Do ponto de vista cultural, o Círio permite o estreitamento da relação entre devoto e Santa, carinhosa e intimamente chamada por “Naza, Nazinha, Nazica”, à medida que cada um a elabora (i)materialmente com certa liberdade criativa.

A concepção do cartaz oficial é feita pela agência de publicidade Mendes Comunicação, que trabalha voluntariamente para a DFN desde o ano de 1991³³ na criação de peças gráficas, como o Livro de Peregrinações, além do próprio cartaz³⁴. A agência em questão se manifesta na mídia para embasar estratégias criativas em conjunto com a sociedade, a exemplo do que

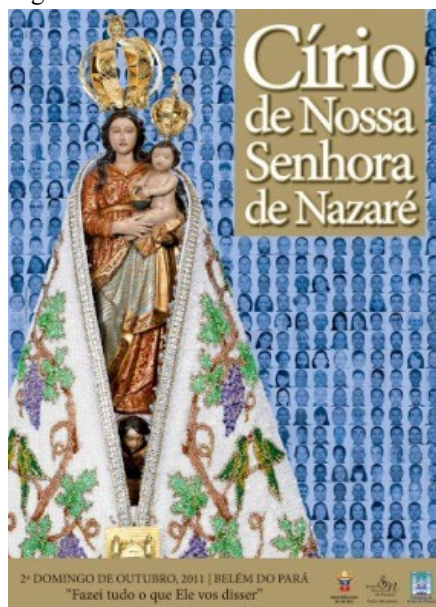
³³ À época e até o ano de 2009, a agência se chamava Mendes Publicidade. Fonte:

<<http://mendescomunicacao.blogspot.com/2009/07/mendes-comunicacao.html>>. Acesso em: 15 mar. 2022.

³⁴ Fonte: <<http://mendescomunicacao.blogspot.com/2015/10/imagem-peregrina-de-nossa-senhora-de.html>>. Acesso em: 01 out. 2021.

ocorreu no ano de 2011, quando os devotos puderam participar da ação “Por que você quer que a sua foto faça parte do cartaz do Círio?”³⁵. Na ocasião, 500 fotografias foram selecionadas para compor o plano de fundo da peça.

Figura 17 – Cartaz oficial do Círio 2011.



Fonte: Reprodução/Mendes Comunicação.

O cartaz já foi elaborado à mão para posterior impressão, e atualmente costuma ser lançado ao final do mês de maio, junto às celebrações pelo mês mariano³⁶, em cerimônia a céu aberto na Praça Santuário, em frente à Basílica-Santuário de Nazaré. No dia de apresentação da peça, são distribuídos exemplares físicos para as pessoas que acompanham à cerimônia pública na Praça Santuário. No entanto, a aquisição massiva do cartaz se dá via compra. Já a assessoria do Círio é feita pela agência EKO – Estratégias em Comunicação, desde o ano de 2007, incluindo gerenciamento de mídias sociais, relacionamento com a imprensa e acompanhamento dos eventos oficiais³⁷.

Em maio de 2020, quando a pandemia da Covid-19 chegou ao ápice da primeira onda de casos e de mortes no estado do Pará, a cerimônia de apresentação do cartaz foi realizada sem a presença de público, para evitar as costumeiras aglomerações. No entanto, por ser um objeto cuja presença é certa no Círio, a impossibilidade do evento presencial não alterou a relação estabelecida entre os devotos e a peça, uma vez que a cerimônia é apenas uma das várias

³⁵ Fonte: <<https://reportere.com/2011/05/28/cartaz-do-cirio-2011-e-lancado-no-can/>>. Acesso em: 01 out. 2021.

³⁶ Na Igreja Católica, o mês de maio é dedicado a celebrações e reflexões sobre a figura de Maria, mãe de Jesus.

³⁷ Informações encontradas na tese “Belém em festa: a economia lúdica da fé no Círio de Nazaré” (MATOS, 2010).

possibilidades de contato com o cartaz oficial. Além da aquisição que se dá entre os meses de maio e outubro, feita pelos devotos, empresas locais e/ou com atuação na cidade também fazem suas versões personalizadas do cartaz, nas quais se mantém a Imagem e o plano de fundo, porém se altera o rodapé, substituindo os logotipos dos organizadores pelos da empresa em questão. Tal prática de reprodução do cartaz por meio de sua reelaboração exemplifica o consumo de produtos do/no Círio como sendo um fenômeno para além do controle da Igreja, uma vez que a circulação (produção e recepção) da peça se dá em diferentes meios e por diferentes formatos.

Em 2020, a peça foi apresentada durante celebração religiosa fechada, restrita a membros da organização do Círio, e transmitida via TV e internet, como já era realizada antes do ano pandêmico. Na transmissão³⁸ feita pela Fundação Nazaré de Comunicação, emissora oficial do Círio e da Arquidiocese de Belém, o *chat* durante a cerimônia de apresentação do cartaz em 2020 reuniu interações entre os devotos sobre a ansiedade com relação à revelação da peça – “Já mostrou o cartaz?” –, elogios após a revelação – “Glória a Deus. Que lindo! Ave, cheia de graça” – e orações pelo fim da pandemia e pelo amparo às camadas sociais em maior situação de vulnerabilidade econômica e social – “Que Deus, por meio de N. Sra. de Nazaré, proteja o Mundo, o Brasil, o Pará e Belém, desta pandemia e nos livre de governantes insensíveis aos pobres [...]”.

Dentre os elementos integrantes do cartaz, a Imagem Peregrina costuma vir ao centro, em tamanho grande, com bastante evidência. Na diagramação total do cartaz, a Imagem ocupa a maior proporção, o que semioticamente denota Sua importância e centralidade, em torno da qual se realiza o Círio: de Nazaré. Por outro lado, os elementos postos no plano de fundo fazem alusão ao tema do Círio, geralmente anunciado no encerramento da edição anterior, e que costuma acompanhar temáticas nacionais e/ou mundiais celebradas pela Igreja Católica (LOPES, 2018).

Tomar-se-á o descritivo do cartaz de 2021³⁹ como exemplo dos variados simbolismos em torno da peça publicitária: a predominância da cor branca no ano em questão representa o “anúncio da boa nova da paz” proposto pela Igreja, em superação às dificuldades enfrentadas pelo mundo inteiro desde o início da pandemia da Covid-19, além de homenagear os profissionais da área da saúde, essenciais para a recuperação dos acometidos pelo vírus. Os ramos atrás da Imagem de Nossa Senhora possuem o formato de artérias pulmonares, para

³⁸ Fonte: Fundação Nazaré de Comunicação (*YouTube*). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hLexMbYYCu4>>. Acesso em: 01 out. 2021.

³⁹ Fonte: <<https://basilicadenazare.com.br/cirio2021-onfira-o-descritivo-do-cartaz-oficial-da-festividade-de-nazare/>>. Acesso em: 01 out. 2021.

lembrar um dos órgãos mais atingidos pela forma mais grave da doença até então – algo que marca como o cartaz se atualiza na temática da vida dos promesseiros, refletindo, neste caso, uma experiência social sentida direta e/ou indiretamente pelo mundo inteiro. Em 2020, por ocasião do lançamento no mês de maio, pico da primeira onda de casos e óbitos pela Covid-19 no Pará, e pela provável concepção da peça com alguma antecedência, o cartaz daquele ano não fez alusão à situação de saúde pública.

Figura 18 – Detalhes do cartaz 2021.



Fonte: <<https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2021/05/31/cartaz-do-cirio-2021-traz-referencias-a-pandemia-e-pede-paz.ghml>>. Acesso em: 07 set. 2021.

No rodapé, o tema do Círio daquele ano⁴⁰, a data de realização da grande procissão (no segundo domingo de outubro) e a cidade de realização, Belém do Pará. Em 2020 e em 2021, conforme a Figura 11, nota-se que não há definição da data do Círio, uma vez que as procissões no modo tradicional foram suspensas. O rodapé é completado pelos logotipos da Arquidiocese de Belém, da Basílica-Santuário de Nazaré e da DFN, do lado direito; e com a logomarca do Selo Oficial do Círio, do lado esquerdo. No próximo subitem, a questão da oficialidade trazida pelo Selo será melhor discutida.

A questão da diagramação e das proporções e localizações dos elementos na área do cartaz, do ponto de vista do design gráfico, indica a construção de significados intencionais, como os apresentados no descritivo da peça. Tendo em vista a interação da Imagem, sempre no formato de uma fotografia, com os demais elementos (que nos últimos anos têm sido, no geral,

⁴⁰ Em 2021, “O Evangelho da Família na Casa de Maria”, em virtude da proclamação do ano dedicado a São José e à família, pelo Papa Francisco.

ilustrações), visualiza-se que a distinção de Nossa Senhora em relação ao entorno se dá não apenas pelo tamanho e posição de destaque no cartaz, mas também pelo formato com que se apresenta. Ao passo que todo o restante pode ser lido como uma criação artificial, livre por parte de seus idealizadores, a fotografia possui um caráter de registro, de um presentificador, para representar aquela que é a razão do Círio existir. A fotografia reproduz o real, enquanto que a ilustração é uma construção abstrata, efêmera, de acordo com a temática do ano em questão.

Além disso, o rodapé com a data, tema, localização do evento e logotipos dos organizadores confere ao cartaz uma natureza comercial: trata-se de uma peça que incentiva a presença de devotos no Círio para vivenciarem uma experiência de consumo religioso. Na parte inferior e em altura reduzida, os elementos citados acima sugerem que a dimensão econômica da festa é uma questão secundária, ainda que Nossa Senhora de Nazaré, como a principal personagem do Círio (SANTOS, 2017), seja por si só um apelo também comercial na visualidade da comunicação publicitária proposta.

Para além do que é apresentado no exemplar oficial, o cartaz, por estar fortemente integrado ao cotidiano da cidade e à forma como os participantes experienciam o Círio, possui dimensões que transcendem sua materialidade: ao trazer para perto a figura divina de Nossa Senhora, sua significação, em alguns contextos, adquire aspectos sagrados: em 2019, após “sobreviver” a um incêndio no bairro do Telégrafo, em Belém, um exemplar da peça que estava fixado à porta de uma residência gerou comoção, e o fato foi relatado pelas testemunhas como um milagre da Santa (O LIBERAL.COM, 2019).

Figura 19 – O cartaz que “sobreviveu” a um incêndio em Belém, agosto de 2019.



Fonte: Ary Souza/O Liberal, com desfoque (da pesquisa). Disponível em: <https://www.oliberal.com/belem/onibus-e-destruido-em-incendio-no-bairro-do-telegrafo-1.182590>. Acesso em: 30 ago. 2021.

Para os propósitos desta pesquisa, podemos considerar que o cartaz do Círio é um elemento (i)material com o qual os sujeitos interagem, pelo qual são afetados e por meio do qual expressam suas experiências, constituindo-as nesse mesmo processo. Considerando que a arte do cartaz é comumente estampado em outras materialidades, como chaveiros, quadros, toalhas, ventarolas, capas de CDs, ventarolas dentre outros (CAMPO I, 2020), ele é um objeto que se torna lembrança do Círio, vivenciado socialmente, e também com as coisas. Pode-se, assim, compreender a realidade do Círio como sendo socialmente construída, nos termos de Berger e Luckmann (2004), compreendendo que os objetos materiais são elementos linguísticos da experiência comum, objetivada na vida cotidiana dos sujeitos com o auxílio das materialidades.

Um dado que reforça a integração do cartaz na experiência dos participantes do Círio é a quantidade expressiva de exemplares produzidos: em 2020, a tiragem inicial foi de 900 mil peças⁴¹; em 2021, de 800 mil⁴². No ano de 2016, a produção atingiu um recorde superior a 900 mil, representando um crescimento de 160% em relação ao ano 2000⁴³. Conforme indicam os relatos de campo, seja no ano de 2020 (sem as procissões), seja em anos anteriores, a utilização do cartaz pelos participantes presentifica o Círio, religiosa e publicitariamente. Nossa Senhora de Nazaré, como a personagem que representa o Círio (SANTOS, 2017), ajuda a promover esse bem de consumo que atua no mundo intermediando a comunicação de experiências subjetivas em um terreno objetivo, comum, da realidade social:

A linguagem é capaz não somente de construir símbolos altamente abstraídos da experiência diária mas também de “fazer retornar” estes símbolos, apresentando-os como elementos objetivamente reais na vida cotidiana. Desta maneira, o simbolismo e a linguagem simbólica tornam-se componentes essenciais da realidade da vida cotidiana e da apreensão pelo senso comum desta realidade. Vivo em um mundo de sinais e símbolos todos os dias (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 61).

Mesmo que enfatizem a linguagem falada ao discorrerem seu pensamento, Berger e Luckmann (2004) se utilizam de um objeto material para explicar como tornar objetivamente acessíveis os elementos constituintes de uma realidade socialmente partilhada (p. 54). No caso

⁴¹ Fonte: <<https://dol.com.br/noticias/para/590630/conheca-o-cartaz-oficial-do-cirio-de-nazare-2020?d=1>>. Acesso em: 01 out. 2021.

⁴² Fonte: <<https://dol.com.br/noticias/para/655804/conheca-o-cartaz-oficial-do-cirio-de-nazare-2021?d=1>>. Acesso em: 01 out. 2021.

⁴³ Fonte: <<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2016/05/cartaz-do-cirio-de-nazare-sera-lancado-com-tiragem-recorde.html>>. Acesso em: 01 out. 2021.

do Círio, argumenta-se aqui que sua compreensão enquanto realidade social compartilhada com o outro não prescinde do compartilhamento de uma linguagem comum, que integre diferentes zonas da realidade cotidiana em uma totalidade dotada de sentido (p. 59); compreensão esta viabilizada pelas materialidades, como elementos linguísticos essenciais para os processos comunicativos que envolvem os sujeitos.

No exemplo acima, desdobram-se sentidos sobre o que se faz com as coisas do Círio: presentear, estampar, personalizar. O cartaz na porta das casas pode significar (pedido de) proteção para a família ali residente, a integração dessas pessoas nas festividades do Círio. Além disso, as decorações feitas por devotos e empresas, com elementos relativos à religiosidade e à cultura paraenses, como na figura abaixo, são intervenções que dizem de um preparar-se, no âmbito subjetivo, com os objetos, para a chegada de mais um Círio.

Figura 20 – Corredor do “Shopping Pátio Belém” decorado para o Círio 2021.



Fonte: Captura de tela do grupo “Círio”, no Facebook (2021).

A adaptação sofrida pelas materialidades faz com que elas também se preparem de forma especial para o Círio; algo que acontece não somente em espaços de grande visibilidade, mas também dentro das casas, como a decoração da mesa do almoço do domingo. Pode-se considerar, inclusive, que a própria Imagem Peregrina se veste para um novo Círio a cada ano, uma vez que o manto que a envolve é trocado anualmente (Figuras 21 e 22); ocasião especial que faz parte da agenda oficial da festa, durante a celebração de apresentação do manto na

quinta-feira da semana do Círio, três dias antes da grande procissão. Dessa forma, a espera, a vivência e o sentir o Círio, com as coisas, é uma experiência indispensavelmente material.

Figuras 21 e 22 – Mantos dos Círios 2020 e 2021, respectivamente.



Fontes: Divulgação; FNC. Disponível em: <<https://arquidiocesedebelem.com.br/manto-oficial-2020/>>; <<https://fundacaonazare.com.br/cirio-de-nazare/manto-oficial-do-cirio-2021-e-apresentado-aos-fieis/>>. Acesso em: 14 out. 2021.

O cartaz do Círio é, assim, um dos objetos na linguagem compartilhada dos participantes, que ajudam a objetivar a experiência. Dentre a variedade de formatos de produtos e de suas classificações, como oficiais e não-oficiais, o cartaz passou a se destacar por ser uma peça com fins deliberadamente comerciais, mas cuja significação está para além de sua atuação econômica. No item a seguir, serão discutidos aspectos da apropriação do Círio enquanto marca simbólica pelos participantes, buscando compreender formas de classificação e diferenciação social dos sujeitos participantes da festa.

2.2 Marketing religioso e de entretenimento nos produtos do Círio

O cartaz de divulgação é a primeira peça publicitária do Círio a ser lançada no ano, meses antes de sua realização, mas não é a única – dentre as “oficiais” e “não-oficiais”. Como sintetiza Santos (2017), existem vários formatos de produtos que estampam a imagem de Nossa Senhora de Nazaré, o que, para esta pesquisa, complexifica a análise de experienciar o Círio por meio das coisas:

Durante todo o período das festividades do Círio encontramos a imagem personalizada de Nossa Senhora de Nazaré representada nas diversas estampas nas camisetas, fitinhas, bandeirolas, chaveiros, botons, miniaturas da Santa, e

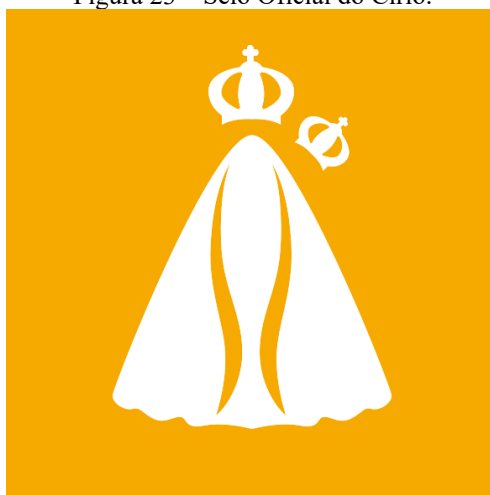
os cartazes de divulgação do Círio, elementos religiosos/mercadológicos (*souvenirs*) que compõem todo um material publicitário, incluindo também os anúncios publicados nos jornais e revistas locais e os *outdoors* espalhados pelas ruas e avenidas da cidade, que formam um mosaico da Santa, a *personna* principal do Círio de Nazaré (SANTOS, 2017, p. 402).

A metáfora do mosaico utilizada por Santos (2017) indica que há uma amplitude de produtos do Círio por meio dos quais se distribui a agência da Santa sobre os devotos, implicando em variados perfis de consumidores que adquirem e/ou personalizam coisas de acordo com seus interesses mais pessoais, exercendo também seus próprios agenciamentos, ainda que esses objetos estejam todos envoltos em uma mesma temática: a da festa nazarena. No que diz respeito às práticas de tornar suas experiências com o Círio mais pessoais por meio das coisas, 65% dos interlocutores desta pesquisa que já se uniformizaram para experienciar o Círio em grupo disseram já ter personalizado uma estampa exclusiva e/ou comprado um modelo pronto com a Imagem da Santa estampada (CAMPO I, 2020). Percebe-se, a partir desses dados, que a prática de vivenciar o Círio no coletivo é marcada pela utilização de um marcador material em comum, no caso, as camisas, e que a escolha do vestuário se dá tanto por meio de aquisição terceirizada, quanto por meio de uma produção da peça mais “autoral”.

A questão da oficialização de produtos do Círio é um fenômeno recente, no que diz respeito à criação de um selo oficial para a comercialização de produtos relacionados à temática da festa. O chamado “Selo Oficial do Círio” foi lançado no ano de 2017, com a proposta de oficializar a produção de itens que fazem parte da temática ciriana. Em página no *Facebook*, o projeto se apresenta com a proposta de certificar produtos e serviços originários do Pará, “garantindo qualidade, originalidade, exclusividade e o compromisso com a preservação da cultura local”⁴⁴.

⁴⁴ Ver mais em: <<https://www.facebook.com/selodocirio/>>. Acesso em: 11 set. 2021.

Figura 23 – Selo Oficial do Círio.



Fonte: Selo Oficial do Círio (página no *Facebook*). Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/selodocirio/photos/a.230558077450264/659713617868039/?type=1&theater>>. Acesso em: 5 dez. 2021.

Do ponto de vista da publicidade, o Selo do Círio se configura como uma estratégia de *branding* para a “marca Círio”; um projeto que formaliza o envolvimento de valores sociais sensíveis para o mesmo fim: o fortalecimento da marca Círio e das marcas que apoiam sua realização, desenvolvendo (economicamente) a cultura local e a valorizando a religiosidade popular como um fenômeno imbuído de capital simbólico. Verifica-se, assim, que a atualização das estratégias de marketing do Círio por meio da implementação do Selo Oficial é uma oportunidade para que a instituição religiosa caminhe integrada a uma sociedade de consumo de massa, acompanhando o que, de certa maneira, já ocorria no mercado local, antes mesmo de ações realizadas pela organização da festa voltadas para seu próprio lucro.

Tradicionalmente, a prestação de serviços e a produção de objetos no contexto do Círio sempre contribuiu para a publicização do espaço urbano da cidade de Belém, conforme o conceito de publiCIDADE⁴⁵ assinalado por Santos (2018), ao analisar a religiosidade propagada midiaticamente pelos anúncios publicitários relativos à festa. Do comércio formal ao informal, o Círio se configura também como uma marca, que estimula a venda de produtos variados: de acordo com a primeira etapa de campo desta pesquisa, 97,6% dos participantes já adquiriu alguma “lembrança” do Círio – termo utilizado para se referir a materializações simbólicas do momento vivido (CAMPO I, 2020). Dentre as lembranças mais adquiridas, estão as fitinhas de amarrar no pulso e pedaços da corda; as que estampam a imagem de N. Sra. de Nazaré, como

⁴⁵ De acordo com Santos (2018, p. 11), “a proposta é pesquisar e estudar a(s) cidade(s) como produtora(s) de sentido(s) e de imagens que circulam nos e pelos espaços urbanos como *locus* de investigação dos múltiplos fenômenos e seus processos socioculturais, suas representações midiáticas e interpretativas da e pela comunicação”.

o próprio cartaz, chaveiros, canecas, toalhas, ventarolas, broches, CDs; além de imagens físicas semelhantes à que circula nas procissões (CAMPO I, 2020).

Os pontos de venda de produtos licenciados do Círio incluem espaços físicos e digitais, que se propõem a aproximar a marca do Círio à experiência cotidiana das pessoas. A loja “Lírio Mimoso” é um exemplo de estratégia de marketing que sensibiliza os devotos desde o nome, que faz uma referência ao hino oficial do Círio, passando pela localização, ao lado da Basílica Santuário, um dos perímetros mais caros à experiência de devoção nazarena na cidade de Belém. A loja disponibiliza tanto artigos religiosos de um modo geral, quanto itens relacionados ao Círio, a exemplo do cartaz: imediatamente após a apresentação da peça, na Praça Santuário, as pessoas podem caminhar alguns metros e já adquirir os exemplares.

A venda de cartazes oficiais do Círio tem se expandido nos últimos anos para outros espaços físicos da cidade. Além da loja Lírio Mimoso, supermercados e uma rede de farmácia têm sido pontos autorizados de venda dos cartazes, disponibilizados em kits de 3 exemplares pelo preço de R\$ 10,00 – praticado nos últimos dois anos, correspondentes à realização desta pesquisa. De acordo com os anúncios⁴⁶ sobre o início das vendas, a receita é destinada à Basílica-Santuário, no custeio e manutenção de obras sociais da Paróquia de Nazaré.

Figura 24 – Anúncio da venda de cartazes 2021 em um dos pontos de comercialização física.

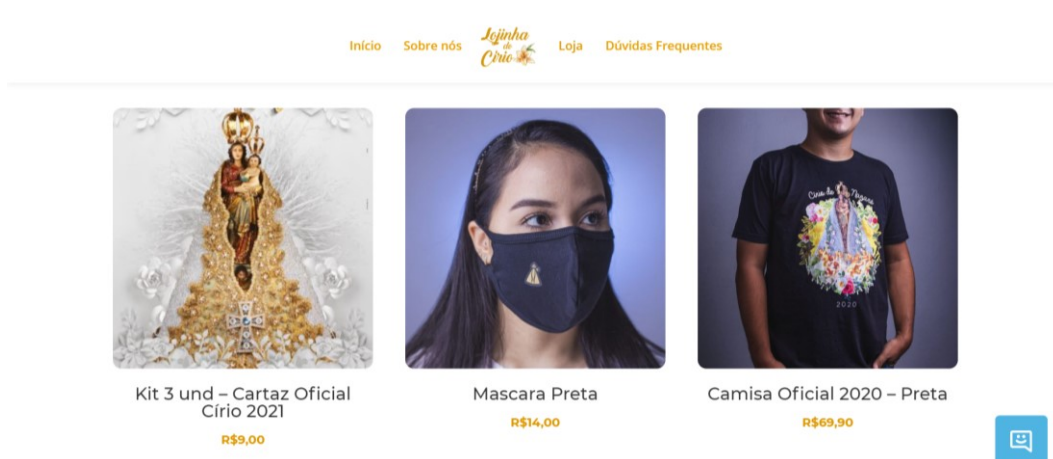


Fonte: Gabriel da Mota (acervo da pesquisa).

⁴⁶ Fonte: <<https://www.facebook.com/ciriodenazare/photos/o-cartaz-do-c%C3%ADrio-j%C3%A1-est%C3%A1-%C3%A0-venda-rolinho-com-3-cartazes-r-1000toda-a-receita-d/3042997779122761/>>; <<https://www.facebook.com/ciriodenazare/photos/o-cartaz-do-c%C3%ADrio-j%C3%A1-est%C3%A1-%C3%A0-venda-%EF%B8%8F-rolinho-com-3-cartazes-r-1000toda-a-receita/4058961534193042/>>. Acesso em: 06 out. 2021.

Independentemente do comércio licenciado, outros itens relacionados ao Círio podem ser encontrados em lojas de *souvenir* e no centro comercial de Belém. No meio digital, o *site* Lojinha do Círio, lançado em 2019 para reunir publicamente os produtos com o Selo Oficial, encontra-se atualmente o cartaz de divulgação, camisas com ilustrações exclusivas e, desde o ano de 2020, máscaras de tecido com uma ilustração de Nossa Senhora em detalhe:

Figura 25 – Visualização de produtos no *site* Lojinha do Círio.



Fonte: <<https://lojinhadocirio.com.br/loja-2/>>. Acesso em: 11 set. 2021.

Como se observa na figura acima, as máscaras de tecido são um item inserido nas sociabilidades do mundo inteiro desde que a pandemia da Covid-19 se tornou uma realidade. Ao adquirir status de acessório obrigatório, as máscaras personalizadas se tornaram um produto de consumo que carregam consigo marcas identitárias sociais, como as que estampam a temática do Círio. No contexto do ano de 2020, elas foram um dos itens adquiridos com antecedência pelos interlocutores da pesquisa (16,2%), assim como o cartaz de divulgação e os ingredientes para o almoço do domingo (CAMPO I, 2020), figurando entre os itens essenciais para a vivência da experiência social.

Como forma de expansão dos produtos oficiais do Círio, em 2021, a DFN estabeleceu uma parceria com os três principais clubes de futebol de Belém, Remo, Tuna Luso e Paysandu⁴⁷, o que estimulou a venda de camisas com o Selo do Círio. Os clubes citados já costumavam lançar camisas do Círio oficialmente para seus torcedores, mas a partir de 2021, elas passaram a vir com o selo da DFN, como uma espécie de dupla oficialização dos produtos. Esse é mais

⁴⁷ Fonte: <<https://belem.com.br/noticia/4524/remo-paysandu-e-tuna-vaio-lancar-camisas-em-homenagem-ao-cirio-2021>>. Acesso em: 11 set. 2021.

um exemplo da estratégia de marketing; aqui, por meio da aproximação de duas experiências tão caras aos paraenses, como o Círio e o futebol.

Figuras 26, 27 e 28 – Camisas oficiais do Círio dos clubes Tuna Luso, Paysandu e Remo, respectivamente.



Fonte: <<https://ge.globo.com/pa/noticia/veja-as-camisas-de-remo-paysandu-e-tuna-luso-em-homenagem-ao-cirio-de-nazare.ghml>>. Acesso em: 06 out. 2021.

No caso dos produtos licenciados, percebe-se a importância do Selo Oficial para conferir autenticidade a esses produtos e para a conformação da ideia de se apoiar diretamente a festa, ao passo que se adquire itens de qualidade: um duplo ganho, no sentido simbólico, para os consumidores devotos. Por outro lado, o Círio se desdobra nas mais diversas materialidades possíveis, incluindo as que não são oficialmente comercializadas, como os pedaços da corda (questão desenvolvida no capítulo anterior). Há ainda os itens cujo valor monetário é modesto, como no caso das fitinhas de amarrar ao pulso, que comumente são distribuídas no contexto das procissões por promesseiros, ou ainda às vésperas do Círio, a exemplo de uma rede de supermercados que presenteou seus clientes com fitinhas que incluíam dizeres do Círio e a logomarca do grupo, na semana dos festejos de 2021:

Figura 29 – Fitinha recebida de presente pelo pesquisador, às vésperas do Círio 2021.



Fonte: Gabriel da Mota (2021).

De um modo mais amplo, verifica-se, especialmente a partir da criação do Selo Oficial, que o marketing religioso em torno do Círio é um movimento natural empreendido pela Igreja, como uma instituição social que se adapta à atual sociedade de consumo de massa (MILLER, 2007). De acordo com o que propõe Refkalefsky (2005), a instituição religiosa é um exemplo de organização que, como qualquer outra, se mantém relevante enquanto desenvolve seu relacionamento com o meio social em que se insere. Nesse sentido, o marketing religioso do Círio significa a troca de valores simbólicos com a sociedade por meio de alterações em práticas canônicas (idem, p. 7), à medida que a experiência da fé é assumidamente incentivada por meio do consumo de produtos sob a chancela da marca Círio.

Em meio à questão religiosa do marketing, pode-se considerar ainda o entretenimento como um aspecto do próprio Círio, que estimula a circulação de variadas materialidades simbólicas. Acompanhando o que propõem Amaral Filho e Alves (2018), por meio da publicização midiática da festa, o Círio e seus produtos são bens de consumo, envoltos em sistemas de troca cada vez mais complexos porque também se complexificam as estratégias de comunicação do fenômeno (idem, p. 235). De acordo com os pesquisadores, a midiatização de fenômenos amazônicos como o Círio é propulsora de uma economia marcada pela produção e pelo consumo de elementos regionais. Nesse sentido,

a construção da imagem muito mais do que orientada por uma conduta humana fundada em necessidades básicas e pseudonecessidades, está centrada numa lógica que cria ambientes de consumo como lugares simbólicos, apropriados para a realização de desejos e sonhos guiados por uma perspectiva de satisfação ligada agora, principalmente, ao entretenimento e à diversão organizados, também, a partir de rituais da cultura popular (AMARAL FILHO; ALVES, 2018, p. 237).

No exemplo do Selo Oficial do Círio aqui discutido, verifica-se o desejo pela aquisição do que é autêntico, para além da questão afetiva. O valor simbólico do Selo Oficial não é o de tornar determinado produto como sendo “do Círio”, mas sim diferenciá-lo de outros bens de consumo que circulam durante as festividades, em que a aura sagrada se torna também institucional: o produto cuja comercialização é aprovada pela Igreja diferencia-se pela sacralidade que o constitui, sem deixar de estar inserido na lógica capitalista da compra e venda e das práticas de consumo em interlocução com o social e o religioso.

Poder-se-ia analisar, ainda, tantos outros bens de consumo do Círio para exemplificar as questões postas neste capítulo. O que se pretendeu, no entanto, foi abordar a questão das

imagens de Nossa Senhora como elemento comum na variedade de objetos produzidos e consumidos no Círio de Nazaré, para tomá-la como a principal personagem publicitária da festa (SANTOS, 2017) e reconhecer seu apelo simbólico no aspecto do consumo, constitutivo da experiência dos sujeitos do Círio.

Percebe-se, ainda, que o consumo é uma prática que se desdobra em experiências do âmbito social, manifestando e fortalecendo características identitárias dos sujeitos. Dessa maneira, sentidos são produzidos e circulam por meio dos bens materiais, indicando que o consumir está para além da esfera individual: ele também vincula sujeitos, ao viabilizar encontros intersubjetivos e processos comunicativos.

Um exemplo dos encontros viabilizados pelo consumo de coisas no Círio é o almoço do segundo domingo de outubro, após a maior das procissões da festa, que será o eixo explicativo do capítulo seguinte. Por meio da comensalidade, o consumo de pratos típicos da cultura paraense faz emergir sociabilidades essenciais para a experiência do Círio, de acordo com os interlocutores da pesquisa. No primeiro ano de pandemia, mesmo com a recomendação de distanciamento social que suspendeu eventos oficiais presencialmente, o almoço do Círio foi uma prática mantida pelos participantes daquela edição (CAMPO II, 2020). Assim, o alimento como prática cultural (i)material é a análise central do terceiro capítulo deste trabalho.

3 SOCIABILIDADES NO ALMOÇO DO CÍRIO

É impossível pensar no Círio e em seus elementos materiais sem considerar o tradicional almoço do segundo domingo de outubro como uma experiência que dá coesão à dimensão cultural da festa. Para além dos signos religiosos, o que se come e se partilha são signos identitários de um povo, neste caso, da sociedade paraense. De acordo com Frugoli e Bueno (2014), o almoço do Círio possui uma função social tanto voltada para os vínculos mais próximos, entre familiares e amigos, quanto a que se destina a ritualizar e a simbolizar uma unidade social mais ampla entre os participantes da festa. Nesse sentido, este capítulo busca contextualizar o que o almoço do Círio representa: o momento da partilha alimentar em que se consome signos e se consomem experiências de sentidos e de sociabilidades.

O almoço do Círio é um momento tradicional realizado sempre no segundo domingo de outubro, após a maior das procissões do Círio, que costuma findar ainda pela manhã. Tratando-se de refeição ligada a uma manifestação cultural, o almoço do Círio possui um cardápio que privilegia pratos regionais, dentre os quais se destacam dois como principais: a maniçoba e o pato no tucupí, tipicamente paraenses, marcando o almoço do Círio como um momento de celebração da identidade local. De acordo com Alves (2005, p. 325), ainda que possam ser servidos outros pratos, a maniçoba e o pato no tucupí decodificam um padrão cultural específico, ao passo que seu preparo ritualizado rompe com uma cotidianidade do ponto de vista do que se come – assim como o próprio Círio, enquanto série de eventos que suspendem a agenda cotidiana da cidade de Belém no mês de outubro. Frugoli (2014) resume a questão ritual ligada ao cardápio do almoço:

Outros pratos podem ser servidos, mas esses dois pratos típicos do Pará são essenciais e representam símbolos identitários. O preparo da maniçoba assume o caráter de um símbolo e de um ritual, uma vez que seu preparo exige um longo cozimento – de 6 a 7 dias, nos quais as famílias também se preparam para o compartilhamento com seus próximos e, nesse tempo, se refazem, ainda que simbolicamente, as relações que sustentam a família (FRUGOLI, 2014, p. 61).

Por isso, neste capítulo, o almoço do Círio será tratado como uma prática de sociabilidade por meio da cultura (i)material, representada pela gastronomia do Pará, reforçando o sentimento de pertencimento dos sujeitos que, à mesa, reafirmam sua autêntica identidade paraense. Nesse sentido, utiliza-se como bases sociológicas as contribuições de

Simmel (2006) e Maffesoli (1998), além de discussões sobre a culinária como patrimônio cultural imaterial (MORAIS, 2011; GIUSTINA; SELAU, 2010).

O almoço desponta nesta pesquisa como um elemento (i)material do Círio por dois motivos: ser um exemplo de confraternização, prática costumeira para 93,6% dos interlocutores (CAMPO I, 2020); e por ser a forma como a maioria dos participantes manteve a tradição do Círio no ano de 2020, o primeiro em que a pandemia da Covid-19 suspendeu todas as procissões e eventos presenciais: 72,9% disseram não abrir mão do almoço em família. “Mesmo nesse tempo atípico, pretendo reunir com a família e alguns amigos, sem grandes aglomerações para celebrar a data com o tradicional almoço do Círio” (CAMPO II, 2020). A manutenção da tradição, no entanto, não é feita sem adaptações: de acordo com pesquisa do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos do Pará (DIEESE/PA) realizada em 2021⁴⁸, devido aos altos preços da carne de pato (costumeiramente servido ao molho de tucupi), o frango foi uma segunda opção de consumo à mesa – prática adotada já há algum tempo na história do Círio, especialmente por quem não possui grande poder aquisitivo, mas ainda assim deseja participar da comemoração.

Sendo a categoria principal deste capítulo, a ideia simmeliana a respeito de “sociabilidades” é descrita como jogo de sociação em que o sentimento e a satisfação de estar junto dão forma a uma relativa unidade social (SIMMEL, 2006). Para o autor, a sociabilidade preenche um papel simbólico na vida de indivíduos comuns, à medida que instala uma aparente igualdade entre os humanos: neste jogo, não cabe o que há de inteiramente pessoal e nem material, mas sim, apenas valores sociáveis, como a alegria de estar com o outro ligada ao fato de garantir a este outro esse mesmo valor (ibid., p. 69).

De acordo com Macedo (2020), a história do Círio mostra uma estreita ligação entre a realização das procissões e um cardápio tradicional da cidade de Belém, no que se destacam a preparação ritualizada de dois itens indispensáveis para o almoço: o cozimento da maniva com sete dias de antecedência (para a maniçoba) e a criação doméstica de patos, cerca de um ano antes, para que crescessem bastante e garantissem a fartura na mesa, quando servidos ao tucupi. Para além desses dois pratos, os principais servidos nas casas belenenses por ocasião das festividades do Círio, a autora ressalta que no século XX, o Arraial de Nossa Senhora de Nazaré (localizado às proximidades da atual Basílica Santuário) comercializava um cardápio variado, que ia da “galinha assada” ao “filé a cavalo”, passando por pasteis de camarão, caranguejo, e

⁴⁸ Fonte: <<https://g1.globo.com/pa/para/cirio-de-nazare/2021/noticia/2021/09/13/um-dos-principais-alimentos-do-almoco-do-cirio-pato-continua-carro-em-belem.ghml>>. Acesso em: 25 jan. 2022.

diversos tipos de iguarias doces e salgadas. Assim, o espaço do Arraial era uma oportunidade de consumo para diferentes poderes aquisitivos, em que a distinção de classes sociais marcada pelo tipo de alimento que se consome era temporariamente suspensa (MACEDO, 2020).

O pato no tucupi, por sua vez, tornou-se uma referência devido ao fato de sempre ter sido uma carne de alto preço, adquirida por famílias de posses, como um signo de *status* social: demonstra-se, por meio do alimento servido, o poder aquisitivo de uma família e as bem aventuranças que ela recebe. No entanto, conforme observa Frugoli (2014), fatores como a baixa produção nacional da carne de pato e a alta procura por ela durante o mês de outubro, em Belém, contribuíram para que a tradição, a cultura e o consumo fossem conciliados, em virtude da condição econômica de grande parte da população.

Dessa forma, com o passar dos anos veio ocorrendo um movimento de substituição da carne de pato pela de frango, em função de ser mais acessível economicamente, conforme registrado pela pesquisa do DIEESE em 2021. Nas últimas décadas, uma forte comunicação midiática, especialmente na forma de práticas publicitárias (ver Figuras 31 e 32), por parte dos frigoríficos nacionais, contribui neste movimento de oferecer ao consumidor a opção de substituição mais barata da carne servida ao tucupi (FRUGOLI, 2014). Nesta pesquisa, um dos interlocutores pontua que dentre as comidas típicas que fazem parte de suas memórias sobre o Círio, ele recorda que sempre esteve à mesa “qualquer coisa com tucupi” (CAMPO I, 2020). Independentemente do que seja servido, Frugoli (2014, p. 70) observa que para o almoço do Círio sempre é feito um esforço para se garantir o “dia de festa” em termos da fartura à mesa.

Figura 30 – Tradicional pato no tucupi à mesa.



Fonte: Portal Roma News. Disponível em: <<https://www.romanews.com.br/cirio-roma/pesquisa-revela-mudancas-na-preparacao-dos-tradicionais-pratos-do/95183/>>. Acesso em: 21 jan. 2022.

Figuras 31 e 32 – Anúncios publicitários das marcas “Sadia” (2020) e “Perdigão” (2015) para o almoço do Círio daqueles anos.



Fontes: ABC da Comunicação; Portfólio Jorge Ferreira no *Behance*. Disponíveis em:
 <<https://www.abcdacomunicacao.com.br/sadia-celebra-o-cirio-de-nazare-2020-com-diversas-ativacoes/>>;
 <<https://www.behance.net/gallery/26748081/Cirio-de-Nazar-Perdigao>>. Acesso em: 08 fev. 2022.

Assim, a denominação de “Natal dos paraenses” costumeiramente dada ao Círio não é à toa: como na ceia natalina, as famílias preparam o melhor que podem adquirir e dividem com os mais próximos em celebração, neste caso, não somente ao menino Jesus, mas principalmente à Sua mãe. Do ponto de vista comercial, Santos (2017, p. 396) observa que o Círio é equiparado ao Natal, principalmente por sua força econômica: as produções industrial e artesanal do estado inteiro são movimentadas se apropriando da “marca Círio”, além do aumento expressivo na produção alimentícia dos dois principais pratos típicos da festa: a maniçoba e o pato no tucupi. Ou seja, a estratégia mercadológica para venda de produtos dos mais variados tipos e preços é se utilizar da “marca Círio”, a qual Santos (2017) refere-se, como uma “aura” que envolve a circulação material de coisas comercializáveis na oportunidade da festa. Assim, a reprodutibilidade técnica que impulsiona a indústria cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) continua tendo a função de aproximar extremos: erudito e popular – como no desenvolvimento da fotografia e do cinema, que expandiram a arte e a aproximaram das massas, de acordo com a crítica benjaminiana (BENJAMIN, 1986). No caso do Círio, a aura religiosa que fundamenta a festa é palpável e palatável em produtos mais baratos, como o frango e o peru

no tucupi, tornando-a acessível às classes com menor poder aquisitivo, em mais um exemplo de aproximação entre sagrado e profano que o Círio proporciona.

Nesse sentido, o consumo de produtos do Círio, pelas lentes da cultura material (MILLER, 2007), mostra que a especificidade dos objetos com os quais as pessoas se relacionam é útil para compreender os matizes de um grupo social tão diverso como o dos participantes dessa experiência cultural. Miller (2007) argumenta que estudar o consumo como um aspecto da cultura material põe em xeque a ideia de homogeneização das identidades culturais supostamente causada pela globalização, pois pesquisas antropológicas, como as realizadas na região leste da Ásia (distante de grandes centros capitalistas) demonstram maneiras particulares de relações entre materialidades e pessoas.

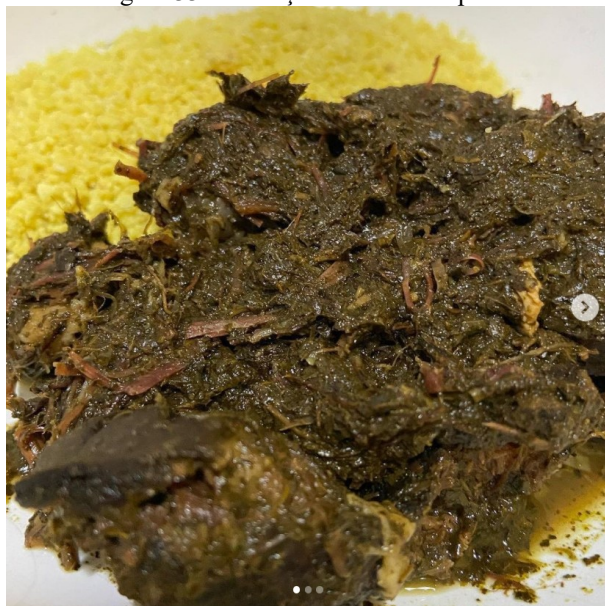
Neste estudo, a análise do consumo de produtos do/no Círio indica algo semelhante: a presença de variados tipos de carne para compor a mesa tradicional, a depender da família em questão e da classe social em que se encaixa, desde que seja servida ao molho do tucupi (o ingrediente indispensável), ressignifica a tradição inicial de se comer obrigatoriamente a carne de pato. Nesse processo, a comunicação publicitária, que se utiliza da marca simbólica da festa para oferecer outras opções de consumo para o almoço do Círio, exerce papel determinante para que maneiras particulares de viver essa experiência estejam à disposição dos consumidores/devotos, uma vez que, conforme salienta McCracken (2007, p. 101), o consumo é uma via de fluidez dos significados culturais por meio dos bens, adquiridos de acordo com categorias culturais; dentre elas, as distinções de classe social.

A maniçoba é, junto ao pato no tucupi, o principal prato do almoço do Círio. Trata-se de um caldo semelhante à feijoada, mas em vez do feijão, utiliza-se a folha da mandioca (maniva) em meio aos ingredientes de carne suína. O preparo da maniçoba é uma espécie de ritual: deve-se cozinhar por pelo menos sete dias a maniva, pois as folhas apresentam alto teor de ácido cianídrico, impróprio para o consumo humano⁴⁹. Assim, nas semanas que antecedem o domingo do Círio, é muito comum que o cheiro característico da maniva sendo cozida ultrapasse a cozinha, espalhando-se para fora das casas e atuando como um signo de comunicação de que o Círio está chegando. E não somente como anunciadora: a maniçoba em preparo desperta sensorialidades reconhecíveis de outros Círios em que se viveu a mesma experiência olfativa, ativando, assim, a memória de anos anteriores. Assim sendo, Morais (2011) destaca que a culinária de uma determinada região é a materialização daquela identidade:

⁴⁹ Fonte: <<https://www.embrapa.br/embrapa-no-cirio/maniva>>. Acesso em: 01 nov. 2021.

“a comida típica não é qualquer comida; representa experiências vividas, representa o passado e, ao fazê-lo, o coloca em relação com os que vivenciam o presente” (MORAIS, 2011, p. 243). Ao representar muito mais do que um alimento nutricional, os pratos típicos do almoço do Círio, que também são pratos típicos do Pará, estabelecem uma continuidade temporal na memória dos participantes dessa prática alimentar. Eles atuam como “monumentos” da convivência entre tempos sobrepostos (MORAIS, 2011) e, nesse ínterim, o passado e presente coabitam a expectativa pelo Círio que está para chegar/voltar.

Figura 33 – Maniçoba servida no prato.



Fonte: Marcos Médici (@mediciland), repostado pelo perfil @epralevar no *Instagram*. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CVRGSV7r8f6/>>. Acesso em: 15 fev. 2022.

Sendo um dos pratos mais tradicionais do almoço do Círio, há quem realize o ritual do cozimento em suas próprias casas, mas também há quem compre a maniva pré-cozida, comercializada em supermercados nos meses que antecedem o Círio, ou mesmo o prato já pronto, por não saber preparar ou não dispor de tempo para a tarefa. Também é bastante comum a oferta e distribuição de porções da maniçoba entre conhecidos, antes do Círio (quando fica pronta com alguma antecedência) e/ou depois, quando há sobra. A ampla circulação da maniçoba entre os habitantes da cidade, comprada ou adquirida na forma de presente, exemplifica a atuação desse prato como uma espécie de dádiva (MAUSS, 2007) do Círio, já que o ato de presentear pessoas queridas com porções do alimento é uma prática recorrente nas proximidades da festa; uma troca fundamentalmente cultural, por meio da culinária regional. A

maniçoba também costuma gerar conteúdos divertidos na internet, dentre os “memes” produzidos pelos paraenses no mês de outubro.

Figuras 34 e 35 – Memes sobre a presença da maniçoba no cotidiano da cidade. À esquerda, os potes fazem referência à distribuição de porções entre conhecidos; à direita, a fumaça na chaminé da Capela Sistina é ressignificada, simbolizando o cheiro do cozimento da maniçoba.



Fontes: Portais “O Liberal” e “DOL”. Disponíveis em: <<https://www.oliberal.com/belem/almoco-do-cirio-internautas-fazem-meme-com-a-tradicional-manicoba-1.445245>>; <<https://dol.com.br/tuedoide/536214/paraenses-comemoram-a-chegada-de-outubro-com-memes?d=1>>. Acesso em: 10 fev. 2022.

A maniçoba é, assim, um elemento indispensável na maioria das mesas belenenses durante o mês de outubro, acrescida de um valor simbólico por se tratar da maniçoba “do Círio”, envolta na afetividade que faz parte do ritual nazareno. Entretanto, por ser uma comida típica paraense, a maniçoba também é consumida em outras ocasiões que não durante o Círio, sendo assim, associada não somente à festa nazarena, mas à imagem cultural do estado do Pará. Nesse sentido, Moraes (2011, p. 233) compreende que a comida, como bem cultural intangível, é um signo, um vetor identitário. Segundo a perspectiva do patrimônio imaterial, a culinária local é uma das formas de comunicação imagéticas sobre determinada região. É o que se observa a respeito do Círio: na imagem construída da cidade onde é realizado, Belém/PA, engloba-se não apenas o Círio enquanto conjunto de eventos (procissões e programações culturais), mas também o cardápio que se tornou tradicional no almoço de domingo, e que, por outro lado, não se restringe ao consumo exclusivamente durante as celebrações da festa.

A manutenção da tradição de comer junto no domingo do Círio, que se adapta tanto às possibilidades de consumo alimentício quanto às limitações de encontros presenciais, durante a pandemia da Covid-19, sugere que é, sobretudo, o encontro entre as pessoas a principal finalidade da realização do almoço da maneira que ocorre. Nesse sentido, Maffesoli (1998) é outra referência base para a ideia de sociabilidade deste capítulo, especialmente quando

compreende o senso comum pela lente da “expressão de um presenteísmo que serve de pivô entre passado e futuro” (p. 251). O autor observa que na modernidade, “não faz sentido senão aquilo que não possui uma finalidade” (MAFFESOLI, 1998, p. 162), acreditando na importância de uma postura atenta ao que há de “revelador” no empírico. O almoço do Círio materializa o lugar paraense por meio da comensalidade, cuja oferta de pratos predominantemente típicos da região valorizam a dimensão simbólica do território como espaço de socialidade (MAFFESOLI, 1998, p. 249), revelando o potencial que a vida cotidiana possui para criar vínculos. Trata-se de um “banquete amazônico”, conforme resume Frugoli (2014):

[...] da casa mais humilde à casa mais abastada, neste almoço se oferece tudo de melhor que for possível, e a oferta é sempre de muita quantidade dentro de cada realidade. Em sua quase totalidade, os pratos são regionais; assim, durante a pesquisa, o almoço do Círio passou a ser denominado “banquete amazônico”. O importante neste dia é que, em sua grande maioria, as casas estão abertas para receber e praticar a hospitalidade através da comensalidade. É o dia da Nazinha. É o dia do almoço do Círio de Nazaré. É o dia do banquete amazônico, que na festa se manifesta tradicionalmente. É o dia de dividir a mesa com o outro (FRUGOLI, 2014, p. 105).

Os vínculos criados entre os convidados do almoço desdobram-se antes e depois do momento em que se faz a refeição. É também comum presentear amigos e familiares com porções de comida, seja no dia no Círio, seja após o almoço, com o restante que não chega a ser consumido ou que é reservado já com essa intenção do compartilhar, do ofertar. “É da natureza do alimento ser partilhado”, afirma Mauss (2007, p. 282), e no caso do Círio, o que se partilha junto à comida é o estar junto, vivendo a experiência que a cidade proporciona no mês de outubro. Simbolicamente, também é um momento de partilha com entes queridos que não estão mais presentes fisicamente, mas que seguem vivos nas lembranças ativadas pela prática de preparar e de dividir o que se come, já que a tradição familiar de passar o Círio juntos é feita também do repasse de ensinamentos sobre como fazer o que se come. As pessoas já falecidas são presentificadas, apesar de sua ausência, justamente pelo conjunto de objetos (i)materiais que permaneceram após sua partida: a casa em que moravam, o lugar em que se sentavam à mesa, o modo como preparavam as comidas (que segue sendo praticado e/ou rememorado por outras pessoas). A cultura material exerce o papel de viabilizadora da memória coletiva, pois o que se recorda são pessoas ocupando espaços, utilizando artefatos, consumindo produtos e, dessa forma, compartilhando afetos.

Figura 36 – Mesa do almoço do Círio 2015 na casa do pesquisador, com a tradicional maniçoba e o frango no tucupi, além de outras opções de pratos e sobremesas.



Fonte: Gabriel da Mota (acervo pessoal).

Além disso, a preparação ritualizada da maniçoba, com alguns dias de antecedência, impregna a cidade com o cheiro da maniva sendo cozida e envolve a todos pelo sentido olfativo em bairros, ruas, casas, vilas, condomínios e residências, em fortalecimento e construção de memórias que envolvem múltiplas sensibilidades. Aqui, a expectativa em torno do Círio transcende as memórias familiares: é um sentimento urbano, em que a identidade cultural “ser belenense” é mais um ingrediente, que complementa a experiência dos participantes da festa assim que outubro chega.

Na esfera mais privada, dentre os que se fazem presentes no almoço, familiares que moram distantes têm a oportunidade do reencontro. É comum que, além de consumirem os pratos enquanto almoçam juntos, as pessoas também costumem levar consigo porções da comida para congelar e serem consumidas posteriormente. Distribuídas em pequenos potes, essas porções materializam a intenção de prolongar o momento vivenciado em família, o sentimento de presença e de pertença que acompanham estes sujeitos no regresso e que poderão ser rememorados ao longo de outras ocasiões e temporalidades. Assim, no ato de presentear um ente querido, as porções presenteadas atuam como um meio de comunicação: elas transmitem sentimentos, diálogos, discursos, mais do que a comida em si. Um combo de sensibilidades que seguirá no pós-almoço e que virá à tona novamente, quando o alimento for consumido e as lembranças sobre quem o preparou se sentarem junto à mesa.

A gastronomia local é um atrativo não apenas para os paraenses que retornam a Belém durante o Círio, mas também para os turistas. No parecer técnico de revalidação do Círio como Patrimônio Cultural do Brasil em 2021, reconhece-se que o almoço é a culminação da festa, “quando são servidos pratos típicos da culinária paraense” (IPHAN, 2021, p. 2). A identidade local consumida e comercializada também por meio da comida paraense atraiu, em 2019, aproximadamente 83 mil turistas, que movimentaram cerca de 31,2 milhões de dólares (120 milhões de reais à época), de acordo com pesquisas realizadas pelo DIEESE/PA e pela Secretaria de Turismo do Estado do Pará (IPHAN, 2021, p. 6).

Apesar do cultural caracterizar o cardápio do almoço do Círio, a questão religiosa é tão importante quanto para a realização da prática deste, sendo o que fundamenta a união entre as pessoas: a dádiva que se oferta na mesa provém da Santa que se festeja, Nossa Senhora de Nazaré; e mesmo quem não é católico reconhece na “força maior” que paira sobre a cidade de Belém uma espécie de liga espiritual que faz com que o almoço do dia do Círio seja tão especial. Às vésperas do primeiro Círio na pandemia de Covid-19, uma das interlocutoras da pesquisa, que se declara de religião espírita, pretendia realizar “apenas o almoço do Círio com a maniçoba” (CAMPO II, 2020), justificando a importância da manutenção da prática de estar junto fundamentada na liga social que se (i)materializa na cidade: “Sim, o Círio é o Natal do paraense, mesmo que *online*, é importante acontecer. A energia da cidade sempre muda, parece que todos estão vibrando na mesma sintonia, é sempre bom ter esse momento de fé único que é o Círio” (CAMPO II, 2020).

Nesse sentido, a religiosidade e a cultura populares contribuem para a manutenção dos festejos há mais de 200 anos. De acordo com Simmel (2006), a religiosidade, assim como outros “impulsos, interesses, finalidades, tendências” (p. 60) que existem nos indivíduos e nas realidades históricas podem levar os sujeitos a agrupamentos afins, mas não necessariamente a um jogo social. Por isso, são aspectos de sociação somente quando se transformam em formas de estar com e de ser para o outro, em situações de interação.

Nesta pesquisa, entende-se que o Círio é um momento promotor de agregações entre os sujeitos, para além de suas motivações mais pessoais, justamente por sincretizar religião e cultura em um momento que envolve a cidade de Belém. Assim, o almoço do segundo domingo é um exemplo de como as sociabilidades podem se dar em momentos de variadas e sobrepostas finalidades.

Em se tratando de uma prática alimentar, toma-se o almoço do Círio a partir do que colocam Giustina e Selau (2010), quando afirmam que a alimentação é um tipo de manifestação

cultural cuja preservação depende da transmissão de técnicas de preparo, do saber fazer um prato, que evoca memórias e desperta lembranças de um momento já vivido, fortalecendo a identidade e a cultura de um povo (p. 46). Na discussão sobre patrimônio cultural imaterial, os autores salientam que a conservação de um patrimônio como a culinária é feita pelas pessoas que compartilham um senso de comunidade, no sentido de que se sintam pertencentes a um grupo cultural e, assim, perpetuem tal senso para as gerações seguintes.

Nesse sentido, uma das interlocutoras da pesquisa indica, em tom de informalidade, a discussão, iniciada meses antes do Círio, sobre o local de confraternização do grupo familiar ao qual ela pertence, e sobre o papel desempenhado pelas pessoas no preparo do cardápio: “geralmente começamos a planejar onde vai ser o Círio esse ano, quem vai levar a maniçoba e as outras comidas, se vamos primeiro na casa de uma família ou de outra. É um momento de muita briga e eu adoro” (CAMPO I, 2020). Além do alimento partilhado, o lugar onde essa refeição é feita tem a importância de congrega a diversidade de elementos (i)materiais que compõem o almoço da festa. Nesse sentido, vale enfatizar que o Círio é uma celebração que ocorre não somente nas ruas, ainda que sua imagem seja extremamente associada a espaços públicos (religiosos e/ou turísticos): as casas familiares são locais que fazem parte da espacialidade cultural do Círio, essenciais para a produção e reprodução de relações sociais, e para o modo como a festividade é percebida e vivenciada pelos sujeitos (SERRA, 2019). Pela perspectiva geográfica do Círio, Serra (2019) defende que a devoção nazarena é uma prática espacial onde “a materialidade da devoção é percebida socialmente pelos sentidos” (SERRA, 2019, p. 272), e isso está intimamente ligado ao sentimento de pertencimento que o sujeito carrega consigo em relação aos locais onde vive o Círio. Por isso, espaços onde o almoço do segundo domingo de outubro é realizado são elementares: eles constituem a memória que se constrói, continuamente, sobre a experiência de participar do Círio. Os laços de sociabilidade acionados nesses lugares serão posteriormente recordações nas quais tanto as pessoas com quem se estava, quanto a cultura material em que elas habitavam serão lembrados.

O depoimento acima e outros semelhantes foram obtidos quando se questionou “o que os momentos de confraternização trazem de lembranças”, conforme tabela abaixo:

Tabela 6 – Relatos sobre o papel exercido por determinadas pessoas no preparo do almoço.

O QUE ESSES MOMENTOS TRAZEM DE LEMBRANÇAS?
A maniçoba de todo Círio que minha mãe prepara e que é super esperada pela família.
Maniçoba e pato no tucupi preparados pela minha mãe e tia.
Da minha avó, do preparo do frango ou pato no tucupi [...].

Trazem lembrança de minha vó preparando maniçoba e pato no tucupi.

Minha mãe preparando um frango/pato no tucupi, maniçoba. Todos da casa almoçam, até os que são ateus.

Família toda reunida pra comer as comidas típicas, depois de chegar do Círio, minha vó cozinhando a maniçoba com aquele cheirinho típico a semana toda (maniçoba ainda verde e a vontade de comer), além do pato no tucupi que não pode faltar.

Fonte: Campo I (2020).

Observa-se o papel de exclusividade que determinadas pessoas, especialmente as matriarcas das famílias, desempenham no preparo do almoço do Círio, o que acaba igualmente influenciando na escolha do local que irá acontecer o encontro para o almoço. Percebe-se a construção de território que especialmente consiste em um espaço praticado pelas mulheres na experiência que toda a família vivenciará após a procissão do domingo, conferindo ao gênero feminino uma importância única e essencial nas celebrações do Círio; nesse caso, pelo conhecimento e habilidade dessas pessoas produzirem os pratos típicos, principalmente a maniçoba e o pato no tucupi, conforme indicado pelo campo.

Dentre tantos sentidos que podem constituir a prática alimentar, o almoço do Círio será tratado neste capítulo por meio de dois eixos: o alimento como construtor e mapeador de memórias; e como construtor e mapeador dos encontros e das dádivas.

3.1 O alimento construtor e mapeador de memórias

Tendo em vista a estratégia metodológica que buscou recuperar experiências de Círios já vividos, a memória dos interlocutores da pesquisa foi um recurso acionado na compreensão das (i)materialidades do Círio, o que possibilitou eleger pontos de análise sobre o que significa se reunir com amigos/familiares para confraternizar. Nesse sentido, a memória dos interlocutores é baseada no que vivenciaram com outras pessoas e nas percepções construídas em comum, o que dialoga com a ideia de Halbwachs (1990) sobre memória coletiva. Segundo as ideias do autor, elaboradas no século XX na área da psicologia social, a memória coletiva é o que constrói a identidade cultural de um grupo. Diferentemente da memória histórica, que é cronológica e comprometida com a objetividade dos fatos, a coletiva tende a fixar elementos identitários de um grupo sem se comprometer com a exatidão de tempo e do espaço onde as vivências ocorreram, de forma a preservar os grupos sociais em questão.

Nos propósitos deste capítulo, é interessante perceber o quanto a memória dos sujeitos está diretamente relacionada à cultura material do Círio, e no caso do almoço, não somente aos objetos e produtos materiais, como os pratos típicos, mas aos sentimentos por eles evocados e com eles construídos, que adquirem “forma” material à medida que são elaborações imagéticas

integrantes das lembranças referidas. Os termos mais citados pelos interlocutores quando questionados sobre o que os momentos de confraternização no Círio trazem de lembranças, relacionam-se sentimentos como “amor”, “esperança”, “fé” e “gratidão” à dimensão social dos encontros: “reunião da família”, “partilha de afetos”; além de referenciarem pessoas em específico, geralmente já falecidos: avós, pais, cônjuges, dentre outros parentes; e a própria infância (CAMPO I, 2020).

Halbwachs (1990, p. 62) afirma que a infância é a primeira fase em que pensamos em comum com outras pessoas, pois nossas impressões pessoais sobre o mundo começam a se intercalar com o que é dado coletivamente. Além disso, a relação que a criança estabelece com seus avós é uma forma de contato com o passado bastante remoto em relação a ela, de forma que a história “não é todo o passado, mas também não é tudo aquilo que restado passado” (HALBWACHS, 1990, p. 65): é no presente que as lembranças se perpetuam, enquanto o tempo se renova. Conforme a pesquisa de campo mostra, os momentos de sociabilidade em função do Círio (que incluem o almoço do domingo) ativam as memórias de quem ficou sobre quem já esteve presente, sendo comum lembrar dos mais antigos, como avós e pais. Um dos interlocutores é enfático sobre o potencial do Círio para religá-lo às matriarcas de sua família: “um momento para aproveitar a cidade que não se repete em nenhuma outra época do ano. Reconexão com as memórias das mulheres que me criaram, minha mãe e minha avó” (CAMPO I, 2020).

Existindo uma relação muito próxima entre o preparo do almoço do Círio e a figura de mulheres protagonizando esse preparo, é natural que as lembranças evocadas pelo alimento façam lembrar, automaticamente, das mães e avós responsáveis por garantir a maniçoba, o pato no tucupi à mesa. Giustina e Selau (2010, p. 51) afirmam que “a sobrevivência do passado é a lembrança”, no que a memória individual é imprescindível para a reconstituição de experiências antigas. Para tanto, as autoras ressaltam que os sentidos (olfato, paladar, visão, tato e audição) aguçados durante o preparo e o consumo dos alimentos são agentes dos sentimentos de tempos já vividos.

Ou seja, há uma ambiguidade de elementos (i)materiais trazidos pelas lembranças do estar-junto, o que faz desses momentos exemplos de uma sociabilidade perfeita, nos termos de Simmel (2006): quanto maior o sentimento de satisfação pelo simples fato de estar socializado, maior será o papel simbólico que a sociabilidade exercerá na vida dos sujeitos. A fala de uma interlocutora resume o fim sociável a que o almoço do Círio se propõe: “recordo bem que na vila que morava (e que todo ano vou), vira tudo uma grande confraternização. As pessoas vão

nas casas das outras e depois sentam nas calçadas para beber e comer” (CAMPO I, 2020). Considerando que a depoente já participou da festividade mais de 10 vezes e que mantém o hábito de frequentar o local onde já residiu para confraternizar com os ex-vizinhos, presume-se, a partir de sua fala, que o Círio é também um momento de resgate de vínculos criados ao longo da vida, como forma de presentificar o passado continuamente.

Ainda que este capítulo esteja centrado no almoço do Círio como exemplo de confraternização e comensalidade no ensejo da festa, outro momento citado durante a pesquisa de campo foi a “novenas”, que consiste em encontros de peregrinação religiosa realizados nas semanas anteriores ao domingo da grande procissão. As novenas costumam iniciar a partir do final do mês de agosto, após a celebração da Missa do Mandato⁵⁰, principalmente nas casas de famílias católicas, ainda que isso não seja uma condição obrigatória, e também em outros espaços, como empresas e órgãos públicos; enfim, onde haja um grupo de pessoas dispostas a receber a Imagem de Nossa Senhora de Nazaré.

Figuras 37 e 38 – Imagem de N. Sra. de Nazaré em visita à UFPA, no ano de 2015.



Fonte: Gabriel da Mota (acervo pessoal).

Os encontros são regidos por outra materialidade, citada por alguns dos interlocutores como objetos já adquiridos: o Livro de Peregrinações, que contém uma série de ritos a serem seguidos pelos presentes (leituras bíblicas, cânticos marianos e momentos de partilha e reflexão). O próprio autor da pesquisa participa desses momentos desde sua infância e, aliando suas memórias à dos interlocutores, recorda-se que ao final das novenas é comum que seja

⁵⁰ Evento oficial do Círio de Nazaré, realizado na Basílica Santuário, em que várias Imagens são abençoadas e enviadas às paróquias da Arquidiocese de Belém, para que sejam levadas a casas e empresas da região metropolitana de Belém.

servido um lanche, como forma de celebrar a reunião entre vizinhos, bem como marcar a abertura de mais um ciclo nazareno: “sempre temos a novena em família, sempre tem um lanche” (CAMPO I, 2020).

Figura 39 – Registro de um encontro de peregrinação que o pesquisador participou no ano de 2019.



Fonte: Gabriel da Mota (acervo pessoal).

Dessa forma, entende-se que as novenas estão para o almoço do Círio como uma oportunidade de encontro em que o alimento é um dos elementos agregadores, apesar de a Imagem da Santa exercer um papel singular: Ela é uma espécie de visita ilustre, que atrai as pessoas do entorno para os encontros de peregrinação. De toda forma, por ser também um encontro de comensalidade, é comum que se aproveite a ocasião para celebrar sobretudo a reunião entre as pessoas. Um dos interlocutores pontua:

Eu cresci participando de novenas, minha mãe sempre que possível marca no dia do meu aniversário (6/9). Como ela cozinha bem, sempre lota a casa. Mas, os pratos típicos só são preparados para o domingo do círio que vez ou outra cai no aniversário dela (14/10) (CAMPO I, 2020).

Observa-se, a partir do depoimento acima e de outros trazidos pelo campo, que o preparo de alimentos para as novenas é uma prática também liderada por mulheres. Além disso, a realização dos encontros de peregrinação prolonga a sensação de que o Círio está acontecendo na cidade para além do mês de outubro, dada a antecedência com que são realizados. Por esse motivo, entende-se que o almoço do Círio é o ponto culminante da comensalidade nazarena,

mas não é o único momento em que se pratica o comer junto em honra à Nossa Senhora de Nazaré: as novenas que o precedem fazem parte do ritual cultural vivido pela capital paraense.

As sensações que envolvem a cidade de Belém no mês de outubro funcionam ainda como um tipo de suspensão da realidade cotidiana, ainda que o Círio faça parte do calendário regular de eventos da cidade: “é o momento do ano em que o clima muda, assim como as pessoas, tudo fica mais bonito e os atos de solidariedade tendem a se multiplicar” (CAMPO I, 2020). Entretanto, durante os anos de realização desta pesquisa, a pandemia da Covid-19 provocou significativas alterações nas práticas cotidianas: o distanciamento social se tornou a norma e, conseqüentemente, o adiamento de aglomerações corriqueiras uma postura essencial para preservação da saúde pública. Assim, o sentimento de expectativa pelo “retorno à normalidade” foi sendo nutrido pelas pessoas, para os mais diversos fins, sendo o Círio presencial, celebrado no coletivo, uma dessas formas de retorno desejadas.

Com a impossibilidade de realização de procissões determinada em agosto de 2020 e reiterada em 2021⁵¹, o almoço do domingo parece ter sido alçado ao posto de retorno à normalidade, pelo fato de ser a principal prática mantida pelos interlocutores (CAMPO II, 2020). Comer junto, como ato social que está além de uma atividade nutricional (LIMA, 2015), foi o que fez do Círio na pandemia uma experiência contínua, não interrompida pelas adversidades do cenário instalado. A memória coletiva que o sustenta

tem uma forte tendência a transformar os fatos do passado em imagens e idéias sem rupturas. Ou seja, tende a estabelecer uma continuidade entre o que é passado e o que é presente, restabelecendo, portanto, a unidade primitiva de tudo aquilo que, no processo histórico do grupo, representou quebra ou ruptura. Desta forma, a memória coletiva apresenta-se como a solução do passado, no atual; apresenta-se como recomposição quase mágica ou terapêutica, como algo que cura as feridas do passado (SCHMIDT; MAHFOUD, 1993, p. 293).

Portanto, a culinária como cultura (i)material do Círio, no cenário da pandemia de Covid-19, recuperou a força do encontro que o almoço da festa sempre proporciona aos participantes. Por ser uma prática possível de ser mantida com um número reduzido de pessoas, o almoço do Círio e seus elementos integrantes (pessoas, comidas e espaços) foi capaz de aproximar os sujeitos ao passado familiar, ao mesmo tempo em que suspendeu momentaneamente o anseio social de volta à normalidade: estar em casa, com a família no segundo domingo de outubro, era a própria volta ao cotidiano. Diante disso, evidencia-se o peso

⁵¹ À exceção do Traslado para Ananindeua e Marituba, a única procissão oficial do Círio a ser realizada naquele ano.

simbólico das materialidades para a manutenção de experiências nos Círios atípicos dos últimos dois anos.

3.2 O alimento construtor e mapeador dos encontros e das dádivas

Uma vez que o Círio não é apenas uma celebração religiosa, mas também uma festa cultural, o almoço de domingo é uma prática social que simboliza o ser paraense expresso no que se come. De acordo com Frugoli e Bueno (2014, p. 149), a maniçoba e o pato no tucupi são pratos obrigatórios para se considerar o almoço como sendo “do Círio”. Dessa forma, percebe-se que a expressão cultural está intimamente ligada com o que se consome, sendo o alimento um elemento (i)material envolto em simbolismos. Para esses autores, o preparo de pratos típicos, como a maniçoba, é um ritual coletivo que “reforça a identidade da região e nutre o sentido de pertencimento a ela” (FRUGOLI; BUENO, 2014, p. 150). Ou seja, a comensalidade é uma das formas de costurar o que há de sagrado e profano no Círio de Nazaré: comer junto nos religa uns aos outros, e comer o que é característico daqui reforça quem somos.

Um interlocutor da pesquisa, que morou em Belém durante 10 anos, afirma que se recorda do Círio principalmente pelo preparo do almoço que ultrapassava motivações religiosas: “A lembrança do almoço preparado por minha tia, ela não era católica, o Círio pra ela era cozinhar pra família” (CAMPO I, 2020). Como momento que transcende a fé católica, o Círio tem o poder de envolver as pessoas e de ressignificar os laços sociais, de modo que acima das diferenças religiosas está a percepção de família como elo maior e, conseqüentemente, do papel que uns exercem para os outros nesse grupo social, como no exemplo da tia do interlocutor acima.

Trata-se da demonstração de afetividade, que também se dá nas reuniões não restritas à família de sangue: ser convidado para “passar o Círio” com alguém é uma prova de carinho, de amizade e do querer estar perto. Como uma dádiva (MAUSS, 2007), o convite para almoçar no domingo do Círio, ou para estar nos encontros de peregrinação, é uma oferta imbuída de sentimento. Por outro lado, dizer sim ao convite é uma obrigação moral, pois “aceitar alguma coisa de alguém é aceitar algo de sua essência espiritual” (MAUSS, 2007, p. 200). Nessa perspectiva, o convite e o convidado, o prato servido e os momentos partilhados são todos exemplos de (i)materialidades ofertadas durante o Círio, e que se tornam vivas (INGOLD, 2012) quando interligadas umas às outras por meio de interações comunicativas.

O intercâmbio de coisas e de afetividades que dá sentido a esses agrupamentos corresponde ao princípio básico da sociabilidade, de acordo com o postulado de Simmel (2006,

p. 69): aos sujeitos em interação cabe o princípio da troca equivalente, em que um deve garantir ao outro o máximo de valores sociáveis, desde que esses valores sejam doados mesma proporção do que foi recebido pelo outro. Por esse ponto de vista, pode-se considerar que as sociabilidades no Círio são também situações de consumo (i)material, em que os objetos e as pessoas presentes nos momentos de confraternização contribuem para a construção de significados culturais sobre a identidade paraense, constituindo, assim, o mundo culturalmente estabelecido em que habitam (MCCRACKEN, 2007). Uma vez que a relação entre cultura e consumo observada por McCracken (2007, p. 103) toma os bens culturais tanto como criadores quanto como criações do mundo culturalmente constituído, nesta pesquisa se considera que os pratos típicos, ao mesmo tempo em que são objetificações da disposição dos sujeitos para partilharem o alimento e da afirmação de um pertencimento cultural, atuam sobre esses mesmos sujeitos, incitando suas memórias sobre o passado que se renova a cada ano.

Amparando-se ainda em Mauss (2007), é nítido que nos abraços, nas porções de comida, nas conversas e nos mais variados tipos de troca favorecidos por momentos de reunião no Círio, a força das coisas está naquilo que carregam espiritualmente: transmite-se valores, sensações e sentimentos, como a gratidão por graças alcançadas ao longo do ano que se passou. Por ser um evento cíclico, um dos significados do Círio é o de encerrar enquanto reinicia uma temporalidade própria da cidade de Belém, conforme colocado por interlocutores da pesquisa. Um deles atribui à festa o poder de purificação pessoal: “Círio é a minha catarse. Círio é rua. É a época do ano mais importante” (CAMPO I, 2020). Outra interlocutora pontua o ritual mental e íntimo representado pela festa: “é como se o Círio fosse a conclusão do meu ano. Tudo que eu passei, alegrias, tristezas, conquistas, tudo eu agradeço lá” (CAMPO I, 2020). Nesse sentido, tendo em vista que estar no Círio é estar com pessoas e coisas, pode-se afirmar que as materialidades são agentes na construção e na reelaboração de sentidos que permeiam a esfera existencial, como os relatados pelos participantes.

No cenário da pandemia de Covid-19, em que reflexões sobre a fragilidade da vida humana e sobre sua preservação vieram à tona, a decisão de comemorar do Círio por meio do almoço e de outros eventos realizados remotamente foi baseada nas duas dimensões fundantes da festa: a religiosa e a cultural. A Tabela 7 apresenta algumas das falas mais enfáticas dos interlocutores da pesquisa que optaram por celebrar, em suas casas, o segundo domingo de outubro:

Tabela 7 – Relatos sobre os sentidos em comemorar o Círio no cenário pandêmico.

VOCÊ AINDA VÊ SENTIDO EM COMEMORAR O CÍRIO, ESTE ANO, DE MANEIRA REMOTA? POR QUÊ?
Sim. Acredito que o momento de reflexão é válido mesmo em nossas casas.
Sim. É sobretudo uma questão cultural e não pode deixar de acontecer.
Sim, porque o Círio precisa estar vivo no coração da gente, principalmente, nesse período de pandemia. A Rainha da Amazônia precisa estar no meio do povo paraense, como sempre esteve.
Com certeza. O período mariano continua e a fé é por natureza transcendental. Não importa o lugar em que estejamos, Nossa Senhora nos acompanha.
Círio será realizado dentro de nossos corações e nas nossas casas. Nossa Senhora irá visitar cada lar.
Sim. O valor cultural ainda é o mesmo.

Fonte: Campo II (2020).

Nesse sentido, percebe-se que o almoço do Círio é uma construção de tradição realizada ao longo dos anos, como uma prática sobretudo social, à qual os indivíduos vão aderindo à medida que se percebem pertencentes a pelo menos um grupo identitário (família, amigos, ser paraense, ser católico). A memória de estar junto, partilhando alimentos por ocasião do Círio, parece ser um simultâneo passado-presente-futuro, de maneira que a decisão de se reunir mais uma vez é, também, em função daquilo que já se viveu. Para uma interlocutora da pesquisa, estar junto no Círio é reviver “encontros com minhas tias e tios. Sempre que terminava a procissão nós reuníamos. Muitos já estão no plano espiritual. Momentos maravilhosos que ficam só nas lembranças” (CAMPO I, 2020). Ainda que a interlocutora pondere a questão das lembranças como algo “restrito” ao imagético, o ato de rememorar os momentos citados presentifica as pessoas queridas, que já não estão mais no plano físico. De acordo com a proposta de Halbwachs, é por meio de imagens que as lembranças retornam ao nosso cotidiano, “remontando sempre a um presente em movimento” (WEBER; PEREIRA, 2010, p. 109).

Além do almoço, os encontros de peregrinação que ordinariamente são realizados no formato presencial ampliam as possibilidades de trocas simbólicas entre as pessoas para a prática da comensalidade: além de familiares, vizinhos e colegas de trabalho costumam participar das novenas para rezar, comer e socializar. O perfil variado dos participantes assegura o estabelecimento de sociabilidades em seu sentido mor: o de anular, cenicamente, as diferenças individuais em prol da celebração de uma totalidade intrínseca aos seres humanos (SIMMEL, 2006). Levando em conta, ainda, que essas reuniões são realizadas em espaços não canônicos (geralmente residências e locais de trabalho), a espacialidade do Círio é mais um fator que se complexifica: não restrito ao tempo e ao espaço do segundo domingo de outubro, a festa nazarena se agiganta por toda a idade. E para que isso aconteça, há de se reconhecer que a

cultura material é mais do que um conjunto de coisas que nos circundam: ela é provedora de inúmeras possibilidades de experimentação do mundo por parte dos humanos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como norte refletir sobre o papel dos objetos na constituição de processos comunicacionais no Círio de Nazaré, manifestação religiosa/cultural realizada anualmente em Belém, capital do Pará, em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré, partindo da premissa de que a construção de *sentidos* sobre essa experiência para seus participantes é da ordem das sensações, dos sentimentos e dos significados que cabem na ambiguidade da palavra “sentido”, tratando-se de uma experiência relacional entre coisas e pessoas, numa perspectiva mutuamente constitutiva. Com a pandemia da Covid-19 coincidindo com o início dessa jornada, mostrou-se importante considerar as adaptações necessárias para a manutenção de práticas de consumo e de sociabilidades advindas de uma conjuntura desafiadora e ressignificadora da noção de presença que costumava definir, até então, o que é estar no Círio.

Nesse percurso, buscou-se localizar a pesquisa na área de estudos sobre a cultura material, por oportunizar análises que valorizem a atuação das materialidades no mundo, reconhecendo que são mais do que objetificações produzidas pelos humanos: também exercem poder de agenciamento sobre as pessoas. No Círio antes da e durante a pandemia, verificou-se que alguns objetos despontaram com algum protagonismo ao serem os mais citados pelos interlocutores da pesquisa. A corda dos promesseiros, as imagens de Nossa Senhora e o almoço do Círio foram escolhidos, assim, para serem eixos explicativos de cada capítulo. Uma escolha teórico-metodológica que tornasse possível a fluidez da leitura, sem desconsiderar que existem outros objetos importantes para a construção das experiências dos participantes com a cultura material do Círio – objetos outros que foram trazidos pelo campo, e eventualmente estiveram presentes nos capítulos quando oportuno para a análise. Reconhece-se que cada um desses objetos rende discussões mais profundas sob as categorias analíticas do estudo, portanto, o que se apresentou até aqui foram reflexões com a limitação de um trabalho no escopo do mestrado.

Ainda que a divisão dos capítulos tenha sido orientada por um arranjo mais definido entre os principais objetos trazidos pelo campo e as principais categorias de análise do trabalho, o texto como um todo procurou dialogar com a cultura material, o consumo e as sociabilidades de maneira não restrita à localização sugerida pelos títulos. Percebeu-se, durante a escrita, que os objetos demandavam leituras atravessadas, trazendo certa unidade à argumentação.

Afirma-se, desde o título da pesquisa, que o Círio é uma experiência de *sentidos* e de sociabilidades. Em uma sociedade predominantemente imagética, os objetos também são responsáveis pela promoção do capital social entre os participantes da festa, como peças-chave

na construção de um lugar comum (SODRÉ, 2014) em que se partilham mediações simbólicas. Nesse sentido, é inegável o apelo visual causado pelo Círio em suas materialidades: desde a Imagem Peregrina, que sensibiliza e mobiliza pessoas por onde passa, até a paisagem que forma ao seu redor, metaforizada como “mar de gente”, dada a grande quantidade de pessoas que caminham ao Seu redor; as decorações em homenagem à Santa, os anúncios publicitários e muitas outras formas de anunciar a chegada de mais um Círio (inclusive nas roupas e nos acessórios temáticos exibidos nos corpos dos devotos). Dessa forma, ser um participante do Círio é comunicar visualmente, e por meio das materialidades, pertencimentos. Conforme observado durante o campo, a relação estabelecida entre os participantes e os objetos do Círio foi determinante para a criação de laços sociais momentâneos e/ou duradouros, bem como as aproximou de viver uma experiência com o Círio e suas afetividades. A recriação desses objetos, fosse no acionamento de memórias sobre as experiências passadas, fosse no levantamento sobre as expectativas em relação ao contexto pandêmico, foi um caminho efetivo na busca por retomar as sensações causadas pelo Círio quando de sua vivência presencial.

Há também a sonoridade dos hinos marianos, dos fogos de artifício quando Ela passa e dos gritos de “Viva!”. O que seria do Círio sem a experiência olfativa/gustativa do almoço de domingo e de outras confraternizações em que se partilham alimentos e afetos? Como é bom sentir o contato humano de um abraço, como é dolorosa a disputa por espaço na corda, como é revigorante a “graça” de chegar perto da Imagem ou, quem sabe até tocá-la... Por tantas formas de sentir o Círio, pretendeu-se neste trabalho reconhecer-lo como uma experiência multissensorial que viabiliza variadas formas de consumo (i)material na esfera econômica e na afetiva, e que por meio dessas práticas, há construção e manutenção de identidades culturais.

Sensações como as descritas acima levam à elaboração de significados. Os sentidos semânticos do Círio são o que se pode relatar sobre ele, quando se consegue explicar a intensidade do que foi vivido. Por isso, estar junto de outras pessoas no Círio é tão importante para a objetivação das experiências: as lembranças dos interlocutores da pesquisa não existem apenas na memória individual, pois são fruto da vivência coletiva, das sociabilidades por eles experimentadas. E o alimento como oferta (i)material é uma troca simbólica dos significados que o Círio possui para quem dele participa.

Durante todo o período deste curso de mestrado, a pandemia da Covid-19 impossibilitou a proximidade física entre pesquisador e pesquisados. Não à toa, pensar sobre o quanto somos dependentes da cultura material para agir no mundo foi uma reflexão não restrita ao estudo do Círio e de seus participantes, mas também sobre o fazer metodológico de uma pesquisa

científica que, neste caso, adaptou-se para uma abordagem inspirada na netnografia. E em meio à ansiedade social que cercava o planeta à altura do mês de maio de 2020, quando o primeiro questionário *online* foi disponibilizado, revisitar memórias sobre o Círio naquela circunstância foi um bálsamo para o pesquisador, assim como para alguns interlocutores, que externaram sua sensibilidade ao responderem as perguntas colocadas.

Com esta pesquisa, buscou-se contribuir para estudos sobre o Círio localizados na área da Comunicação que vão além da abordagem midiática do evento. Compreende-se que a perspectiva relacional (FRANÇA, 2016) abre caminhos para se olhar com mais atenção as variadas possibilidades de mediação dos processos comunicativos que se dão por meio dos objetos – não somente os aparatos tecnológicos das transmissões ao vivo, mas também os artefatos que nos conectam uns com os outros e com a imaterialidade do fenômeno em questão.

Por fim, pontua-se que o trabalho aqui encerrado deu origem a um projeto de tese, aprovado para o doutorado neste mesmo Programa de Pós-Graduação, em que se pretende mapear a circulação de sentidos comunicacionais na procissão do Traslado de Nossa Senhora para Ananindeua e Marituba. Fundamentado no consumo como prática cultural identitária e na experiência sinestésica de percepção do mundo, pretende-se compreender a construção de sentidos sobre o que é o Círio para os participantes do Traslado, e de que maneira as materialidades que compõem a paisagem cultural da procissão atuam nesse processo de negociação. Em vista disso, avalia-se que a pesquisa realizada até aqui será proveitosa para o desdobramento da discussão sobre a importância da cultura material do Círio, especialmente no que diz respeito ao reconhecimento do espaço social como construtor do sentimento de pertencimento à festa entre os participantes do Traslado.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: _____. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, p. 99-138.

AGÊNCIA PARÁ DE NOTÍCIAS. **Cerca de 100 mil pessoas foram às ruas em procissões informais neste domingo**. Disponível em: <<https://agenciapara.com.br/noticia/22738/>>. Acesso em: 12 out. 2020.

ALVES, Isidoro. A festiva devoção no Círio de Nossa Senhora de Nazaré. **Estudos Avançados – Dossiê Amazônia Brasileira II**, 2005, v. 19, n. 54, p. 315-332. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0103-40142005000200017>>. Acesso em: 27 jan. 2022.

AMARAL FILHO, Otacílio; MENDONÇA ALVES, Regina de Fátima. In: CASTRO, Fábio Fonseca de; AMARAL FILHO, Otacílio; LIMA, Regina Lúcia Alves de. **Comunicação e Cultura na Amazônia – Série Comunicação, Cultura e Amazônia**. Belém: PPGCOM/UFPA, 2017, p. 16-34.

BANDA SAYONARA. **Oração do Romeiro**. Belém: L. Bastos, 2014. CD (4 min).

BELÉM.COM.BR. **Círio 2019 injeta R\$ 1 bilhão na economia paraense**. Disponível em: <<https://belem.com.br/noticia/628/cirio-2019-injeta-r-1-bilhao-na-economia-paraense>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas**. Vol. 1. Magia e técnica, arte e política – ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense: 1986, p. 165-196.

BERGER, Peter Ludwig; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 24. Ed., tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 2004.

BLOG MANUEL DUTRA. Disponível em: <<http://blogmanueldutra.blogspot.com>>. Acesso em: 20 dez. 2020.

BRAGA, Marcos da Costa; KUREBAYASHI, Tiago. Objetos de expressão e questionamento: consumo afetivo e formulação de diretrizes pessoais. **Estudos em Design**: Rio de Janeiro, v. 22, n. 2 (2014), p. 115-134.

CARDOSO FILHO, Jorge; MARTINS, Bruno. Presença e materialidade na experiência contemporânea. **ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 21, jul./dez. 2010. Disponível em: <<http://bit.ly/333lsJf>>. Acesso em: 04 out. 2021.

COREA, Silvia Margarita Reyes. **A Serviço da Santa**: Uma Etnografia dos Guardas de Nossa Senhora de Nazaré. 2016. 124 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Belém, 2016.

FÁBIO DE MELO. **Eu Sou De Lá**. Intérprete: Fafá de Belém. Rio de Janeiro: Universal Music Group, 2013. CD (5 min).

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Gabriel da Mota; MELO, Camila Lima Guimarães. **Uma potencial experiência estética no Círio de Nazaré: o Traslado de Nossa Senhora para Ananindeua**. 2017. 82 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Letras e Comunicação, Belém, 2017.

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto e a pesquisa em comunicação: uma abordagem relacional. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. (Orgs.). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**, 23 ed, p. 153-174. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

GELL, Alfred. A tecnologia do encanto e o encanto da tecnologia. **Concinnitas**, 8 (1): 42-63, 2005 (Trad. Jason Campelo).

GIUSTINA, Adelina Padilha de Souza Della; SELAU, Mauricio da Silva. A culinária como patrimônio cultural imaterial. **Cadernos do CEOM (UNOESC)**, v. 31, p. 45-66, 2010.

GROHMANN, Rafael. O que é circulação na comunicação? Dimensões epistemológicas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 27, p. 1-13, jan.-dez. 2020.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Tradução: Laurent León Schaffter. São Paulo: Edições Vértice, 1990.

INGOLD, Tim. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. **Horizontes Antropológicos** [online]. 18 (37): 25-44, 2012.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Círio de Nazaré**. Rio de Janeiro: Iphan, 2006.

JESUS, Paula Bettani Mendes. CONSIDERAÇÕES ACERCA DA NOÇÃO DE AFETO EM ESPINOSA. **Cadernos Espinosanos**, [S. l.], n. 33, p. 161-190, 2015. DOI: 10.11606/issn.2447-9012.espinosa.2015.105572.

JUNIOR, Norval Baitello. As quatro devorações: iconofagia e antropofagia na comunicação e na cultura. In: Encontro da Compós, 2002, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2002.

_____. Podem as imagens devorar os corpos. **Sala Preta**, [S. l.], v. 7, p. 77-82, 2007. DOI: 10.11606/issn.2238-3867.v7i0p77-82.

KOZINETTS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LATIF, Larrisa. Insurreições estéticas e performances na Amazônia brasileira: notas para uma reflexão decolonial. **Paper do Naea 2020**, v. 1, n. 2, edição/série 485, 2020.

LEITÃO, Débora K.; GOMES, Laura Graziela. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. **Revista Antropolítica**, n. 42, Niterói, p. 41-65, 1. sem. 2017.

LEMOS, André; BITENCOURT, Elias. Sete pontos para compreender o neomaterialismo. In: **Galáxia** (São Paulo, online), n. 46, 2021, pp.1-10.

LEMOS, Maria Teresa Toribio Brittes. As estratégias da memória e a construção da identidade. **Revista Latinidade**, UERJ, v. 1, n. 1, 2015.

LIMA, Joseni França Oliveira. Receitas Culinárias de Família como Expressão de Cultura. **Revista Estação Científica** – Centro Universitário Estácio de Juiz de Fora. Edição Especial VII Seminário de Pesquisa da Estácio e III Jornada de Científica da UNESA, 2º semestre – 2015.

LOPES, Suzana Cunha. **Vem ver Belém a festejar**: análise de cenas comunicativas do Círio de Nazaré. 2018. 290 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/BUOS-B5FNXT>>. Acesso em: 28 jul. 2021.

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

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In : _____. **Sociologia e Antropologia**. v. II. São Paulo: Edusp, 2003.

MCCRACKEN, Grant. Cultura e Consumo: uma Explicação Teórica da Estrutura e do Movimento do Significado Cultural dos Bens de Consumo. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 1, jan-mar, p.116-123, 2007.

MORAIS, Luciana Patrícia de. Comida, identidade e patrimônio: articulações possíveis. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 54, p. 227-254, jan./jun. 2011. Editora UFPR.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

MILLER, Daniel. **Trecos, Troços e Coisas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

OLIBERAL.COM. **Cartaz do Círio de Nazaré resiste ao incêndio causado por ônibus na Pedro Álvares Cabral**. Disponível em: <<https://www.oliberal.com/belem/onibus-e-destruido-em-incendio-no-bairro-do-telegrafo-1.182590>>. Acesso em: 28 ago. 2020.

PAES, Anselmo. Fronteiras Borradas: materialidades e imagens de artefatos e práticas votivas no Círio de Nazaré. **Revista Visagem**, Belém, vol. 1, n. 2, p. 148-164, julho/dezembro 2015. Disponível em: <https://grupovisagem.org/revista/edicao_v1_n2/artigos/fronteiras-borradas/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

_____. Coisas são mais que coisas: ex-votos no Círio em Belém-PA, expressividades e materialidades do sagrado. **Cronos**: R. Pós-Grad. Ci. Soc. UFRN, Natal, v. 15, n. 2, p. 35-54, jul./dez. 2014a.

_____. Seguindo votos e ex-votos no Círio de Nazaré (Belém-PA): perspectivas para compreensão da cultura material religiosa. In: 29ª Reunião Brasileira de Antropologia (Anais), Natal: ABA, 2014b. Disponível em: <[http://www.29rba.abant.org.br/resources/anais/1/1401679969_ARQUIVO_GT56\[Trabalhocompleto\]AnselmoPaes29RBARN.pdf](http://www.29rba.abant.org.br/resources/anais/1/1401679969_ARQUIVO_GT56[Trabalhocompleto]AnselmoPaes29RBARN.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2021.

_____. Tecendo os fluxos da matéria: ex-votos no Círio de Nazaré em Belém do Pará. **Iluminuras**, Porto Alegre, v. 14, n. 34, p. 155-173, ago./dez. 2013.

PAES LOUREIRO, João de Jesus. **Círio de Nazaré**: uma manifestação de crença, devoção e cultura. Entrevista para IHU-Online, 2012. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/514701->

cirio-de-nazare-uma-manifestacao-de-crenca-devocao-e-cultura-entrevista-especial-com-joao-de-jesus-paes-loureiro>.

_____. Encantarias são como o Olimpo da Amazônia. Só que no fundo do rio. Disponível em: <<https://www.dn.pt/cultura/a-amazonia-vem-sendo-abusada-mas-eu-temo-um-agravamento-desse-abusar-porque-atualmente-a-visao-politica-e-utilitarista-10921600.html>>. Acesso em: 26 ago. 2021.

PEREZ, Clotilde. Há limites para o Consumo?. In: **Há limites para o Consumo?**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020.

_____. **Mascotes**: semiótica da vida imaginária. São Paulo: Cengage Learning, 2011. Disponível em: <<https://issuu.com/cengagebrasil/docs/mascotes>>. Acesso em: 01 out. 2021.

REFKALEFSKY, Eduardo. Comunicação e marketing religioso: definições conceituais. In: **XVIII Intercom** - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. Intercom 2005 - Ensino e Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Intercom, 2005. v. 1. p. 175-175.

ROMANEWS.COM.BR. **Círio 2019 injeta 1 bilhão de reais na economia paraense**. Disponível em: <<https://www.romanews.com.br/cirio-roma/cirio-2019-injeta-1-bilhao-de-reais-na-economia-paraense/58563/>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

SANTOS, Luiz. publiCIDADE do Círio de Nazaré: uma procissão de fé pelas ruas e avenidas de Belém do Pará. In: **III Colóquio Internacional Mídia e Discurso na Amazônia**: Discurso e contemporaneidade: histórias, espaços e subjetividades. São Luís: EDUFMA, 2017. v. 1. p. 12-867.

_____. publiCIDADE na Belém da belle époque entre os anos de 1870 e 1912. Curitiba: Appris, 2018.

_____. A publiCIDADE natalina e a publiCIDADE do Círio de Nazaré. In: **X Pró-PesqPP**: Encontro Nacional dos Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2020, São Paulo. 10 anos de ProPesqPP: consumo, existência, resistência. São Paulo: ECA-USP, 2019. v. 1. p. 84-95.

SARÉ, Larissa Latif Plácido. **A Serpente no Asfalto**: Estudo Compreensivo do Espetáculo da Corda dos Promesseiros no Círio de Nazaré em Belém do Pará. Tese. (Doutorado em Artes Cênicas) – Programa de Pós-graduação em Artes Cênicas. Universidade Federal da Bahia, 2005.

SCHMIDT, Maria Luisa Sandoval; MAHFOUD, Miguel. Halbwachs: memória coletiva e experiência. **Psicologia USP**, São Paulo, 4 (1/2), p. 285-298, 1993.

SERRA, Débora Rodrigues Oliveira. Turistificação e Patrimonialização na Representação do Espaço: uma Análise sob a Perspectiva da Tríade Lefebvriana. **ESPAÇO ABERTO**, PPGG - UFRJ, v. 9, p. 143-159, 2019.

_____; TAVARES, Maria Goretti da Costa. Círio de Nazaré em Belém-PA: dimensão ribeirinha, expansão territorial e importância para o turismo na Amazônia. **Ateliê Geográfico**. Goiânia, v. 8, n. 3, p.173-197, dez/2014.

SILVA, Marcela Fernandes; GOMES, Cláudia. Afeto na filosofia de Espinosa: aportes para potencialização dos corpos na escola. **Revista Sul-Americana de Filosofia e Educação**. Número 27: nov/2016-abr/2017, p. 119-135.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia**: indivíduo e sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas sobre o método comunicacional. 1ª Edição. Petropolis/RJ: Vozes; 2014.

WEBER, Regina; PEREIRA, Elenita Malta. Halbwachs e a memória: contribuições à história cultural. **Revista Territórios e Fronteiras**. v.3, n. 1, p. 104-126, jan./jun. 2010.

Fontes *online* consultadas

PÁGINA DO CÍRIO DE NAZARÉ NO FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ciriodenazare/>>. Acesso em: 19 dez. 2020.

PÁGINA DO CÍRIO DE NAZARÉ NO INSTAGRAM. Disponível em: <<https://www.instagram.com/ciriooficial/>>. Acesso em: 19 dez. 2020.

SITE OFICIAL DO CÍRIO DE NAZARÉ. Disponível em: <<https://ciriodenazare.com.br>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

TV CÍRIO NO YOUTUBE. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/TVC%C3%ADrio/videos>. Acesso em: 29 ago. 2021.

Material de Campo

CAMPO I. Registros de campo: Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?. [mai. 2020]. Pesquisador: Gabriel da Mota Ferreira. Belém/PA, 2020. *Online*.

CAMPO II. Registros de campo: Círio de Nazaré 2020. [set./out. 2020]. Pesquisador: Gabriel da Mota Ferreira. Belém/PA, 2020. *Online*.

PROMESSEIRO M. Conversa presencial com promesseiro da corda do Círio de Nazaré. Pesquisador: Gabriel da Mota Ferreira. Belém, 2018.

APÊNDICE A – Questionário *online* “Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?”

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

Este questionário é uma etapa de pesquisa de mestrado (PPGCOM-UFPA) e tem como objetivo traçar o perfil dos participantes do Círio de Nazaré.

Se você já esteve em Belém, capital do Pará, na época do Círio, está apta(o) a responder. Vamos começar?

Obs.: as informações obtidas serão utilizadas estritamente para o fim desta pesquisa. Sua participação é anônima e voluntária.

***Obrigatório**

1. Quantas vezes você já esteve em Belém na época do Círio? *

Marcar apenas uma oval.

☐ 1-3

☐ 4-6

☐ 7-9

☐ 10+

2. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

☐ Prefiro não dizer

☐ Outro: _____

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

3. Idade *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menos de 18
- ☐ 18-27
- ☐ 28-37
- ☐ 38-47
- ☐ 48-57
- ☐ 58-67
- ☐ 68+
- ☐ Prefiro não dizer

4. Cor/Raça *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Amarela
- ☐ Branca
- ☐ Indígena
- ☐ Parda
- ☐ Preta
- ☐ Prefiro não dizer
- ☐ Outro: _____

5. Cidade/UF em que mora *

6. Naturalidade *

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

7. Você possui alguma religião ou práticas religiosas, espirituais? (Se sim,) qual/quais? *

8. Há alguma imagem ou objeto que te lembre o Círio? (Se sim,) qual/quais? *

9. Você já levou algum objeto nas procissões do Círio? *

Ex.: pagamento de promessas, ganho de bênçãos...

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim *Pular para a pergunta 10*

☐ Não *Pular para a pergunta 11*

Seção sem título

10. O que levou? Por quê? *

Seção sem título

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

11. Você já adquiriu alguma lembrança do Círio? *

Ex.: cartazes, fitinhas de promessa, pedaços da corda, brinquedos de miriti...

Marcar apenas uma oval.☐ Sim☐ Não

Seção sem título

12. O quê adquiriu? Como? *

Ex.: comprou, ganhou de presente, conseguiu em procissões...

Seção sem título

13. Você já exibiu algum símbolo do Círio? *

Ex.: colocou o cartaz da festa na porta de casa ou no ambiente de trabalho; amarrou fitinhas de promessa no braço; utilizou chaveiros temáticos; vestiu camisas personalizadas...

Marcar apenas uma oval.☐ Sim☐ Não

Seção sem título

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

14. O quê exibiu? Por quê? *

15. Você já registrou momentos do Círio? *

Ex.: procissões, novenas em casa, almoço em família, notícias...

Marcar apenas uma oval.☐ Sim *Pular para a pergunta 16*☐ Não *Pular para a pergunta 18*

16. Você já utilizou as redes sociais para compartilhar esses momentos? *

Marcar apenas uma oval.☐ Sim *Pular para a pergunta 17*☐ Não *Pular para a pergunta 18*

17. Quais redes sociais você utilizou para compartilhar os momentos? *

Marque todas que se aplicam.☐ Facebook☐ Instagram☐ Twitter☐ WhatsAppOutro: ☐ _____*Pular para a pergunta 18*

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

18. Quais atividades você já realizou durante o Círio? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Celebrações religiosas
- ☐ Espetáculos culturais (ex.: Auto do Círio, Festa da Chiquita...)
- ☐ Procissões
- ☐ Shows religiosos
- ☐ Shows não-religiosos

Outro: ☐ _____

19. Você já esteve em algum desses lugares? Em que momentos?

Se nunca esteve em algum desses lugares, pular a questão.

Marque todas que se aplicam.

	Durante o Círio.	Em outros momentos.
Arraial de Nazaré	☐	☐
Basílica Santuário	☐	☐
Catedral da Sé	☐	☐
Museu do Círio	☐	☐
Praça Santuário (CAN)	☐	☐

20. Por qual motivo você já esteve nos lugares acima?

Se nunca esteve em algum desses lugares, pular a questão.

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Cultural (turismo)
- ☐ Religioso (pagamento de promessas, agradecimentos)
- ☐ Ambos: cultural e religioso
- ☐ Outro: _____

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

21. Você já participou de algum desses eventos? De que maneira?

Se nunca participou de algum desses eventos, pular a questão.

Marque todas que se aplicam.

	Presencialmente	Via transmissão (internet, rádio, TV...)
Apresentação do Cartaz	☐	☐
Apresentação do Manto	☐	☐
Círio (procissão do domingo)	☐	☐
Círio das Crianças	☐	☐
Círio Fluvial	☐	☐
Descida/Subida da Imagem Original do Glória	☐	☐
Exposição dos Carros de Promessa	☐	☐
Traslado para Ananindeua	☐	☐
Trasladação	☐	☐

22. Você participa de confraternizações do Círio? *

Ex.: novenas em família, almoço do domingo e/ou qualquer tipo de reunião social.

Marcar apenas uma oval.☐ Sim *Pular para a pergunta 23*☐ Não *Pular para a pergunta 25*

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

23. Com quem você confraterniza? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Amigos
- ☐ Casal (com filhos)
- ☐ Casal (sem filhos)
- ☐ Grupo familiar
- ☐ Vizinhos

Outro: ☐ _____

24. O que esses momentos trazem de lembranças? *

Você tem alguma recordação dos preparativos, de quem se reúne, do que é servido à mesa...?

25. Você já se uniformizou em grupo para passar o Círio? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Pular para a pergunta 26*
- ☐ Não *Pular para a pergunta 27*

26. Como foi a escolha do uniforme? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Personalizamos uma estampa exclusiva.
- ☐ Compramos um modelo pronto.
- ☐ Já fizemos das duas formas acima.
- ☐ Outro: _____

Seção sem título

05/05/2020

Você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA?

27. O que o Círio significa para você? *

28. O que Nossa Senhora significa para você? *

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE B – Questionário *online* “Círio de Nazaré 2020”

18/09/2020

Círio de Nazaré 2020

Círio de Nazaré 2020

Este questionário é uma etapa de pesquisa de mestrado (PPGCOM-UFPA) e tem como objetivo analisar a receptividade do novo formato do Círio para o ano de 2020.

As informações obtidas serão utilizadas estritamente para o fim desta pesquisa. Sua participação é anônima e voluntária.

Vamos começar?

***Obrigatório**

1. Quantas vezes você já participou do Círio de Nazaré, em Belém/PA? *

Marcar apenas uma oval.

☐ 1-3

☐ 4-6

☐ 7-9

☐ 10+

2. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

☐ Prefiro não dizer

☐ Outro: _____

18/09/2020

Círio de Nazaré 2020

3. Idade *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menos de 18
- ☐ 18-27
- ☐ 28-37
- ☐ 38-47
- ☐ 48-57
- ☐ 58-67
- ☐ 68+
- ☐ Prefiro não dizer

4. Cor/Raça *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Amarela
- ☐ Branca
- ☐ Indígena
- ☐ Parda
- ☐ Preta
- ☐ Prefiro não dizer
- ☐ Outro: _____

5. Cidade/UF em que mora *

6. Naturalidade *

18/09/2020

Círio de Nazaré 2020

7. Você possui alguma religião ou práticas religiosas, espirituais? (Se sim,) qual/quais? *

Seção sem título

8. Como você ficou sabendo das alterações no formato do Círio 2020? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Por amigos/familiares
- ☐ Pelos meios de comunicação oficiais do Círio
- ☐ Pelo rádio/TV
- ☐ Pelas redes sociais da internet (WhatsApp, Facebook, Instagram...)

Outro: ☐ _____

Seção sem título

9. Você concorda com a decisão de não fazer o Círio 2020 no formato de sempre, por conta da pandemia? *

Suspensão das procissões com a Imagem Peregrina, missas com portas fechadas e transmissões pela internet.

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Pular para a pergunta 10*
- ☐ Não *Pular para a pergunta 10*

Seção sem título

18/09/2020

Círio de Nazaré 2020

10. Por quê?

11. Você pretende participar do Círio 2020? *

De maneira remota ou presencialmente, seguindo os protocolos de segurança divulgados pela Diretoria da Festa.

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim *Pular para a pergunta 12*

☐ Não *Pular para a pergunta 17*

12. De quais atividades você pretende participar/realizar? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Almoço do Círio
- ☐ Auto do Círio (pela internet)
- ☐ Apresentação do Manto (pela internet)
- ☐ Celebrações religiosas (pela internet)
- ☐ Celebrações religiosas (presenciais)
- ☐ Exposição da Corda (presencialmente)
- ☐ Lives Musicais (pela internet)
- ☐ Novenas de Peregrinação (pela internet)
- ☐ Novenas de Peregrinação (presenciais)
- ☐ Pagamento de promessas (presencialmente)
- ☐ Programação da TV Círio (YouTube)

Outro: ☐ _____

18/09/2020

Círio de Nazaré 2020

13. Com quem você pretende passar o Círio 2020? *

14. Este ano, você já adquiriu alguma coisa do Círio? O quê? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Ainda não adquiri nada.
- ☐ Camisa
- ☐ Cartaz
- ☐ CDs/Arquivos em áudio com músicas do Círio
- ☐ Ex-votos (para pagamento de promessas)
- ☐ Fitinhas de promessa
- ☐ Imagem de Nossa Senhora de Nazaré
- ☐ Ingredientes para o almoço de domingo
- ☐ Livro de Peregrinação
- ☐ Máscara personalizada

Outro: ☐ _____

15. O que você acha que mais vai sentir falta em 2020? *

18/09/2020

Círio de Nazaré 2020

16. Você pretende fazer algo no Círio 2020 igual/semelhante ao que já fez em outros anos? O quê? *

Alguma tradição que você não deixará de realizar por conta da pandemia.

Seção sem título

17. Você ainda vê sentido em comemorar o Círio, este ano, de maneira remota? Por quê? *

Seção sem título

18. Você acredita que o Círio 2021 voltará a ser no formato tradicional? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

19. Por quê você acredita nisso? *
