



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL E
DESENVOLVIMENTO LOCAL – POSMEX

JOÃO GABRIEL DA SILVA BRITO

FOLKCOMUNICAÇÃO E A FESTA DO MORRO NO JORNAL DO COMMERCIO: O
MORRO DA CONCEIÇÃO E SUA PLURALIDADE NA CULTURA PERNAMBUCANA
PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

RECIFE
2016

JOÃO GABRIEL DA SILVA BRITO

**Folkcomunicação e a Festa do Morro no Jornal do Commercio: o Morro da Conceição e sua
Pluralidade na Cultura Pernambucana para o Desenvolvimento Local**

**RECIFE
2016**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EXTENSÃO RURAL E
DESENVOLVIMENTO LOCAL
(POSMEX)**

**Folkcomunicação e a Festa do Morro no Jornal do Commercio: o Morro da Conceição e sua
Pluralidade na Cultura Pernambucana para o Desenvolvimento Local**

João Gabriel da Silva Brito

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco como exigência para obtenção do título de Mestre.

Prof.(a) Dr.(a) Betania Maciel
Orientadora

Recife
Fevereiro/2016

Ficha Catalográfica

C814j

Brito, João Gabriel da Silva

Folkcomunicação e a Festa do Morro no Jornal do Comercio: o Morro da Conceição e sua Pluralidade na Cultura Pernambucana para o Desenvolvimento Local/ João Gabriel da Silva --- Recife, 2016.

92 f. :il.

Orientadora: Betania Maciel.

Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Departamento de Educação, Recife, 2016.

Inclui referências e apêndice (s).

1. Morro da Conceição. 2. Cultura. 3. Folkcomunicação.
4. Desenvolvimento Local. 5. Jornal do Comercio I. MACIEL, Betania,
Orientadora II. Título

CDD 303, 46

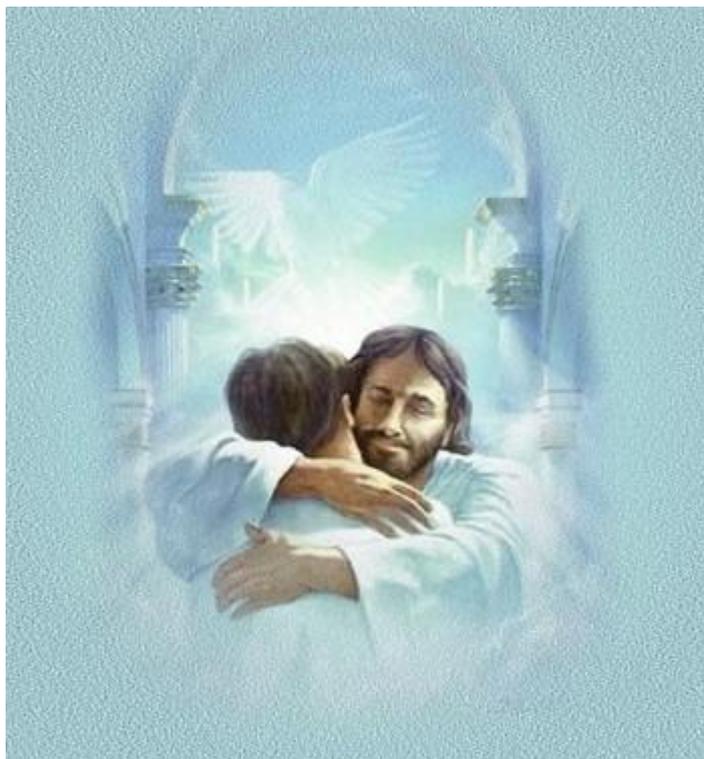


UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL E
DESENVOLVIMENTO LOCAL – POSMEX

Profa. Dra. Betania Maciel
UFRPE (Orientadora)

Prof. Dra. Irenilda de Souza Lima
UFRPE (Examinadora Interna)

Prof. Dr. Marcelo Sabbatini
UFPE (Examinador Externo)



Dedico esta pesquisa a Deus, por iluminar meus caminhos e me dar força nos momentos mais difíceis. Ao meu pai, Gabriel Brito, minha mãe, Solange Brito, minhas irmãs Sabrina e Ana Brito, à minha namorada e futura esposa Ana Elza pelo apoio proporcionado por eles para que eu pudesse realizar este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Aos que contribuíram direta e indiretamente para a elaboração desta pesquisa, uma vez que devido à colaboração de todos, foi possível a construção desta dissertação. Inicialmente agradeço particularmente, a Professora Betania Maciel pela dedicação, apoio, comprometimento, amizade e orientação neste projeto. Agradeço ao POSMEX, especialmente, aos professores Severino Lucena Filho, Paulo de Jesus, Maria Aparecida e aos demais discentes que sempre estiveram comigo, ao meu lado, ao longo desses dois anos de mestrado. A menção honrosa nesta pesquisa é para a professora Irenilda de Souza Lima, uma pessoa que conheci no mestrado e que aprendi gostar e admirar por ela sempre estar presente nos momentos de dúvidas e aflições no POSMEX. Por fim, a todos que fazem parte da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) devido à contribuição à minha formação acadêmica e pessoal.

RESUMO

Catolicismo, fé, cultura, economia, desenvolvimento. Todas estas são características do Morro da Conceição, no Recife, em Pernambuco. Desde a implantação da imagem de Nossa Senhora da Conceição, em 1904, o morro se tornou um dos locais mais plurais da cultura pernambucana. Nesses mais de 100 anos, da imagem da Santa no Morro, muita coisa mudou no local. Com isso, fizemos o seguinte questionamento: De que maneira, a Festa do Morro serve de emponderamento através das demonstrações da fé dos devotos em Nossa Senhora para o desenvolvimento local do Morro da Conceição? Para responder a esta pergunta, nos fundamentamos no método de pesquisa etnográfica com abordagem qualitativa. Neste sentido, a coleta de dados envolveu pesquisa bibliográfica em fontes distintas e pelo diário de campo. Após a revisão de literatura aplicamos a observação in loco e os questionários e de forma aleatória entrevistamos 40 pessoas na Festa do Morro. Foram 20 fiéis de Nossa Senhora da Conceição e 20 comerciantes estabelecendo assim, o desenvolvimento local que segundo Jesus (2003), Abramovay (2000), Jara (1998), Borda (2000), Franco (2002), Maciel (2012) é a orquestração na relação das pessoas e instituições com objetivo de mudança na forma de produzir e disseminar os produtos de modo que traga o bem-estar social por meio da valorização dos recursos da localidade. A sistematização dos dados coletados nas entrevistas foi feito por meio da análise de conteúdo, pois este estudo também teve como finalidade avaliar a visão da mídia de massa sobre a Festa do Morro da Conceição, através do Jornal do Commercio no período de realização do evento que foi do dia 29 de novembro a 8 de dezembro de 2015. Para compreensão sobre o Morro da Conceição, sua localização e seu contexto histórico, utilizamos Albuquerque e Brandão (2009). Procuramos compreender a importância do catolicismo para a sociedade brasileira e, com isso, recorremos a Guttilla (2006), Berger (2000). Em relação à concepção da religiosidade, contamos com as ideias de Durkheim (2003) e Brandão (1986). Já para a captação de entendimento sobre a Festa do Morro como um evento cultural nos embasamos em Santos (2006), Cerdeira (2010), Laraia (2001), Canclini (1983), Tauk Santos (2009), Souza (2006), Hall (2000). Quanto a Festa do Morro como elemento da notícia jornalística empregamos Curado (2002), Vizeu (2002), Galindo (2007), Bourdieu (2003), Guareschi (2004), Erbolato (1991), Wolf (1995). Sobre a teoria do jornalista como o porteiro da notícia utilizamos Kunczik (2001), Traquina (2005). Dessa forma, a Agenda Setting que é a teoria da canalização que os indivíduos lidam através de temas com repercussão pública é debatida na pesquisa com Maciel (2011), McCombs e Shaw (1972), Severo (2007). Quanto à folkcomunicação como propagação da fé através dos ex-votos no Morro nos embasamos em Melo (2008), Hohlfeldt (2008), Marques de Melo (s.d.), Maciel (2005), Sabbatini (2005). Já a respeito da folkmídia que é a teoria que debate sobre a interação entre a folkcomunicação e os meios de comunicação de massa foi empregado Souza (2003), Melo, Luyten e Branco (2002). As mediações culturais que estabelecem uma amostra ou perspectiva de concepção da relação entre meios de comunicação e cultura dentro de investigação de recepção foram abordadas por meio do olhar dos teóricos Gómes (1997), Souza (2006), Martín-Barbero (2002), Tauk Santos e Nascimento (2000). Por fim, trouxemos à tona visão de Amaral (1999), a respeito do Jornal do Commercio, o jornal mais lido segundo ela em Pernambuco. Com a teoria norteadora de todos esses autores analisamos o Morro da Conceição que apesar de qualquer dificuldade do Morro tenham ou enfrente, a fé que os mesmos possuem na santa os fazem romper quaisquer obstáculos.

PALAVRAS CHAVE: Catolicismo, Cultura, Desenvolvimento Local, Morro da Conceição, Jornal do Commercio

ABSTRACT

Catholicism, faith, culture, economy, development. All these are characteristics Morro da Conceição, in Recife, Pernambuco. Since the implementation of the image of Our Lady of Conception, in 1904, the hill became one of the plural locations of Pernambuco culture. In over 100 years, the image of Santa on the hill, much has changed on site. With this, we made the following question: How, Morro Party serves as empowerment through the statements of faith of the devotees in Our Lady to the local development of the Morro da Conceicao? To answer this question, we base on the ethnographic research method with qualitative approach. In this sense, data collection involved bibliographic search in different sources and the field diary. After the literature review we apply to on-site observation and questionnaires and randomly interviewed 40 people in Morro Festival. There were 20 faithful of Our Lady of Conception and 20 traders thus establishing local development that second Jesus (2003), Abramovay (2000), Jara (1998), Borda (2000), Franco (2002), Maciel (2012) It is the orchestration in the list of persons and institutions with change of purpose in order to produce and disseminate the products so as to bring the social welfare through the enhancement of the town's resources. The systematization of data collected in the interviews was done through content analysis because this study also aimed to evaluate the mass media's view of the Morro da Conceição Party, through the *Jornal do Comercio* in the event period that it was on 29 November to 8 December 2015. for understanding of the Morro da Conceicao, its location and its historical context, we use Albuquerque e Brandão (2009). We seek to understand the importance of Catholicism in Brazilian society and, therefore, resort to a Guttilla (2006), Berger (2000). Regarding the concept of religiosity, we have the ideas of Durkheim (2003) e Brandão (1986). As for the capture of understanding on the Hill Party as a cultural event embasamos us Santos (2006), Cerdeira (2010), Laraia (2001), Canclini (1983), Tauk Santos (2009), Souza (2006), Hall (2000). When the Hill Party as the news story element employed Curado (2002), Vizeu (2002), Galindo (2007), Bourdieu (2003), Guareschi (2004), Erbolato (1991), Wolf (1995). Sobre a teoria do jornalista como o porteiro da notícia utilizamos Kunczik (2001), Traquina (2005). Thus, the Agenda Setting that is the theory of channeling that individuals deal with issues through public impact is debated in research Maciel (2011), McCombs e Shaw (1972), Severo (2007). As for folk communication to spread the faith through the ex-votos in Morro embasamos us Melo (2008), Hohlfeldt (2008), Marques de Melo (s.d.), Maciel (2005), Sabbatini (2005). Already about folkmídia that is the theory that discussion on the interaction between folk communication and the mass media was employed Souza (2003), Melo, Luyten and White (2002). Cultural mediations that establish a sample or perspective view of the relationship between media and culture within reception research were addressed through the eyes of theorists Gómes (1997), Souza (2006), Martín-Barbero (2002), Tauk Santos e Nascimento (2000). Finally, we have brought to light vision Amaral (1999), about the *Jornal do Comercio*, the most widely read newspaper she said in Pernambuco. With the guiding theory of all these authors analyze the Morro da Conceição that despite any difficulty Hill have or face, faith that they have in the holy make the break through any obstacles.

KEY WORDS: Catholicism, Culture, Local Development, Morro da Conceicao, *Jornal do Comercio*.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAPES - Coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de nível superior

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

POSMEEX - Programa de Pós Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local

UFPE - Universidade Federal de Pernambuco

UFRPE - Universidade Federal Rural de Pernambuco

LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 01: Os devotos de Nossa Senhora da Conceição adorando a imagem....	22
Figura 02: Imagem de Nossa Senhora da Conceição.....	24
Figura 03: É comum a comercialização de bebidas alcoólicas na festa do Morro	26
Figura 04: Os devotos e voluntários na Festa do Morro da Conceição.....	27
Figura 05: Camisa com alusão a Festa do Morro da Conceição.....	30
Figura 06: O comércio na festa do Morro.....	31
Figura 07: A comercialização de artigos religiosos na festa do Morro.....	32
Figura 08: O comércio se utilizando do nome da Santa para aumentar as vendas.....	35
Figura 09: Jornal do Comércio de Pernambuco divulgando o evento do Morro.....	36
Figura 10: Jornal do Comércio e a preocupação no Morro.....	40
Figura 11: Devota a Nossa Senhora, jovem paga o ex-voto com as cores da Santa.....	45
Figura 12: Uma situação corriqueira no ex-voto do Morro é se ajoelhar.....	46
Figura 13: A mídia presente na Festa do Morro.....	47
Figura 14: Repórter na Festa do Morro.....	49
Figura 15: Edição do dia 29 de novembro.....	51
Figura 16: A capa principal do Jornal do Comércio estampa a Festa do Morro	51
Figura 17: os caminhos da fé.....	52
Figura 18: Todos contra o Aedes Aegypti.....	53
Figura 19: A politização no Morro da Conceição.....	53
Figura 20: O comércio do Morro.....	54
Figura 21: A reestruturação da Santa.....	55
Figura 22: O dia de Nossa Senhora da Conceição.....	55

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO	13
1.1 O Problema de pesquisa, os objetivos e a teoria norteadora.....	13
1.2 Motivação e a relevância da pesquisa.....	15
1.3 O percurso metodológico.....	18
2. REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1 Comunidade do Morro da Conceição.....	21
2.2 O catolicismo.....	22
2.3 Festa do Morro da Conceição.....	23
2.4 O que é cultura?.....	28
2.5 Desenvolvimento Local.....	33
2.6 A importância da notícia no jornalismo.....	35
2.7 O porteiro da notícia.....	39
2.8 Agenda Setting.....	41
2.9 Folkcomunicação.....	44
2.10 Folkmídia.....	47
2.11 Mediações culturais.....	48
2.12 O Jornal do Commercio.....	50
3. REFERÊNCIAS	56
ARTIGO –Discussão, Resultados e Conclusões.....	
Apêndice A – Roteiro de entrevista semiestruturada com os devotos de Nossa Senhora da Conceição.....	
Apêndice B – Roteiro de entrevista com os ambulantes na Festa de Nossa Senhora da Conceição.....	

1. INTRODUÇÃO

1.1 O problema de pesquisa, os objetivos e a teoria norteadora.

O catolicismo é um tema que sempre desperta a atenção da sociedade, independentemente, se o indivíduo é católico ou não. No Brasil, por exemplo, o catolicismo chegou com “o descobrimento do país” pelos portugueses, pois Portugal é uma das nações com mais devotos católicos no mundo.

Dentre os Santos e Santas do catolicismo se encontra Nossa Senhora da Imaculada Conceição. Que é a virgem Maria, mãe de Jesus. No Brasil, Nossa Senhora da Conceição já foi à padroeira do país devido à devoção dos colonizadores portugueses, mas com a descoberta da Virgem Maria de cor negra, que é conhecida Nossa Senhora Aparecida, essa última se tornou padroeira do Brasil até os dias atuais.

Em Recife, no Estado de Pernambuco, Nossa da Conceição não é só a padroeira da comunidade, mas também a comunidade tem o seu nome. O Morro da Conceição é situado na Zona Norte, do Recife. Segundo os moradores mais antigos do local, a imagem de Nossa Senhora da Conceição está no local desde o cinquentenário do dogma da Imaculada Conceição no Brasil em 1904. Isso porque, um grupo de marinheiros salvou-se do afogamento e como pagamento da promessa, esses homens decidiram levar uma imagem de Nossa Senhora da Conceição, ao Morro mais alto do Recife.

Passados 111 anos, o Morro da Conceição passou por grandes transformações, seja ordem estrutural, organizacional e nominal (como veremos mais adiante). Entretanto, ao longo desses mais de 100 anos de história, o Morro da Conceição jamais perdeu seu caráter popular. Essa essência de feita pelo povo e para o povo é bastante presente até hoje no local.

O período comemorativo da Festa de Nossa Senhora da Conceição tem início no dia 29 de novembro, com a realização da Procissão da Bandeira. E finalizando as festividades dia 8 de dezembro, momento esse da procissão da imagem, dia esse dedicado à Nossa Senhora da Conceição, sendo feriado municipal em Recife

No período de realização da Festa de Nossa Senhora da Conceição, o comércio sofre um grande aquecimento. Isso porque, milhares de pessoas de Pernambuco e até mesmo devotos de outros Estados do Brasil buscam louvar e adorar a imagem da Santa.

Em parceria com a Prefeitura do Recife e diversas vezes com o patrocínio de empresas privadas, comerciantes formais e informais, utilizam a Festa do Morro como uma forma de fonte de renda. Contribuindo assim, para o desenvolvimento do setor comerciário do Morro e das ruas adjacentes da comunidade.

Diante dessa conjuntura, a visão de Jara (1998) sobre o desenvolvimento local se solidifica, pois a valorização da região é uma maneira fundamental na busca do empoderamento para o desenvolvimento local que tem como finalidade a colaboração e a contribuição recíproca das instituições e dos agentes da localidade, que alteram os valores locais e os recursos, em bens de trabalho e renda.

Apesar de todo o crescimento econômico durante o evento, o Morro da Conceição é uma das comunidades mais populares do Recife. Com problemas de saneamento básico, na segurança, na saúde e com desemprego. Porém nada dessas dificuldades desanimam os moradores da comunidade. Com isso, o nosso questionamento é: De que maneira, a Festa do Morro serve de empoderamento através dos devotos em Nossa Senhora para o desenvolvimento local do Morro da Conceição?

Todas as realidades sociais, econômicas e religiosas dos moradores do Morro são veiculadas pela mídia de massa, sobretudo no período da Festa do Morro. Notícias sobre o evento, como chegar ao local, a segurança não só dos moradores da localidade, mas de todos que sobem o Morro da Conceição, além de informações sobre os serviços disponibilizados na localidade estão sempre entre os assuntos debatidos na mídia.

Para Curado (2002), a notícia é de fundamental relevância para a sociedade. A importância de um acontecimento é ponderada pelo jornalista, que analisa se o fato é notícia e necessita ser divulgado. A sociedade tem a notícia através da mídia, devido às coberturas dos eventos.

Esses fatos nos levam a idealizar que a apropriação do contexto popular da Festa de Nossa Senhora da Conceição, pela mídia de massa pode motivar na compreensão de procedimentos comunicacionais que atualmente está intrincado entre o “local” e o “global” no mundo contemporâneo. Pois o local também se utiliza do global, para se promover e assim, torna-se igualmente conhecido fora da localidade.

Para contrapor o questionamento exposto, a pesquisa tem o seguinte objetivo geral:

- Analisar a Festa do Morro da Conceição por meio de pesquisa in loco, bem como através do Jornal do Commercio, a propagação folkcomunicacional no evento e como a festividade contribui para o desenvolvimento local.

Dessa forma, os objetivos específicos são:

- Observar processos folkcomunicacionais na Festa de Nossa Senhora da Conceição;
- Identificar quais as mudanças sociais e profissionais proporcionadas pela Festa do Morro;
- Avaliar a visão da mídia de massa sobre a Festa do Morro da Conceição, através do Jornal do Commercio no período de realização do evento.

Na atual sociedade midiática, despertar o interesse acontece devido o procedimento comunicacional, transmissor de conteúdos tais como atributos e benefícios que ocasionem uma ação por resoluções de deficiências das mais diversas ordens, neste caso específico na busca do sobrenatural, do sagrado e do místico. Dessa maneira, mídia de massa é a base fundamental para abrigar as necessidades consciente e inconsciente da sociedade que tem nesses meios uma entrada para o mundo, devido o fornecimento de informações diárias (GALINDO, 2007).

1.2 Motivação e relevância da pesquisa

A motivação para a pesquisa aconteceu devido a minha formação de jornalista, e como todo o profissional da área tenho esse olhar curioso sobre os acontecimentos. Além disso, a Festa de Nossa Senhora da conceição já faz parte da minha vida, da minha história. Moro a 26 anos próximo do Morro. E desde a minha infância tive essa curiosidade de entender, qual o motivo faz o indivíduo sair de sua casa e pagar promessa de joelhos, sentado ou se arrastando pelo chão. Não entrarei aqui no mérito se essas pessoas estão certas ou erradas até porque na bíblia, no livro de Mateus capítulo 7, versículos 1 e 2 é dito: “Não julgueis, para que não sejais julgados. Porque com o juízo com que julgardes sereis julgados, e com a medida com que tiverdes medido vos hão de medir a vós”.

A festa do Morro é a manifestação de fé das pessoas. Independente da cor, classe social ou gênero. O que faz do evento um dos maiores eventos religiosos não só de Pernambuco, mas de todo o Brasil. E toda repercussão da festa é propagada pela mídia de massa, que despertou na minha veia profissional, imbuído na intenção de analisar o quão as pessoas têm fé em Nossa Senhora da conceição por ela interceder por eles, o quão a santa os livram de qualquer mal que possa acontecer na vida deles. E, além disso, o quanto é fundamental um acontecimento como esse em um Morro com tanto problemas sociais tais

como: saúde, segurança e educação. Dessa maneira, sempre busquei ter em mente a linha de pesquisa enfocada na abordagem comunicacional, das culturas de conjunturas populares que se utilizam da união como forma de mudança social desses cenários para um patamar de igualdade social.

Esse objetivo foi consolidado a partir da inserção no POSMEX – Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE. Com isso, recorri à linha de pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação que analisam estudos de estratégias de comunicação, voltados às culturas populares e suas distintas manifestações de hibridização da cultura folk (folkcomunicação) e cultura midiática.

Com essa escolha passei a refletir sobre o objeto de pesquisa a ser realizado e por meio de conversas com professores e mestrandos realizei uma pesquisa bibliográfica e logo em seguida, uma pesquisa in loco para entender mais sobre a realidade da comunidade do Morro da Conceição.

Diante da relação estabelecida pela comunidade do Morro, enquanto atores sociais, descobrimos a relevância desta pesquisa para as instituições de ensino e pesquisa, para o POSMEX e para toda sociedade.

No campo acadêmico evidenciamos a relevância desta pesquisa para a CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior¹ e para o POSMEX no que tange às contribuições a festa do Morro da Conceição, como forma de geração de trabalho e renda, contribuindo assim, para o desenvolvimento local. Bem como, o interesse da mídia de massa, com a devoção dos fiéis, despertando o olhar folkcomunicacional do evento com os ex-votos.

Com isso, concretizamos um levantamento sobre as publicações existentes no banco de dados da Capes, particularmente sobre a temática do Morro da Conceição. Destacamos, dentre as várias pesquisas a publicação de Moura (2008), dissertação da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, com o título: *Nossa Senhora e o Morro da Conceição: história, igreja e comunidade católica em encontros e desencontros*. Essa pesquisa analisa o perfil sociorreligioso dos devotos de Nossa Senhora da Conceição e argumenta que há a preocupação de compreender como a reprodução da imagem de Nossa

¹ Considerando levantamento de publicações feita no período de janeiro de 2014 a janeiro de 2016. Disponível em <<http://www.capes.gov.br/>>. Acesso em janeiro de 2016

Senhora da Conceição junto aos seus fiéis católicos causa a influência na formação e identificação dos devotos.

Paula (2012), sob o título *Percepção ambiental do manejo dos resíduos sólidos no bairro do Morro da Conceição – Recife/PE* da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Esta pesquisa objetivou entender como a população do Morro da Conceição compreende a forma que o lixo é manuseado no bairro, pois é uma local de complexo acesso.

Esses levantamentos bibliográficos colaboraram com elementos para o estudo em relação ao conhecimento de pesquisas já realizadas sobre o tema proposto, através de alguns recortes de estudos. Lembramos que as produções acadêmicas, publicadas pela CAPES perante a realização desta pesquisa meditam sobre as particularidades de um dos morros mais importantes do Recife.

Partindo desses pressupostos expomos a importância dessa pesquisa, frente aos destaques das publicações referidas atentando para a probabilidade de colaborarmos com estudos sobre a Festa de Nossa Senhora da Conceição, como forma de fonte e renda para a comunidade. Além, da exposição do evento por meio da mídia de massa, principalmente nos ex-votos pelos devotos da Santa.

Em relação à relevância desta pesquisa para o POSMEX – Programa de Pós - Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, da UFRPE – Universidade Federal Rural de Pernambuco aproveitamos para destacar que esta é a primeira dissertação relacionada ao Morro da Conceição, e conseqüentemente, a Festa de Nossa Senhora da Conceição, no POSMEX. Com isso, sentimos a responsabilidade ainda maior em fazer esta pesquisa inovadora no programa de mestrado tão consagrado, em relação ao espaço rural. Além disso, o evento é tão grandioso que sempre mereceu uma pesquisa na UFRPE, com esse olhar social, econômico e midiático.

É nesse processo que apontamos a relevância da inserção de saberes pelas pesquisas in loco e bibliográficas que é fundamental o compartilhamento com toda a sociedade acadêmica como maneira de colaborar com o processo de transformação social do local. Além disso, a pesquisa contribui para o amadurecimento profissional do pesquisador. Com isso, oferecemos a seguir o caminho metodológico traçado para alcançar os objetivos do estudo.

1.3 O percurso metodológico

A pesquisa tem um papel importante na sociedade, pois através dela atitudes negativas e positivas passam a estar presente no dia-a-dia. Dessa forma, a pesquisa precisa ser desenvolvida baseada nos princípios da transparência e honestidade.

Segundo Laville e Dione (2007), a pesquisa precisa ser comunicada a sociedade, para que possa cooperar com os progressos da qualidade de vida da população. Nesse sentido, idealizamos a pesquisa como um instrumento que necessita ser colocada a disposição da sociedade em relação às contribuições no que tange à melhoria da educação, habitação, cultura, saúde, lazer entre outras.

A pesquisa foi realizada pelo método de pesquisa etnográfico, com abordagem qualitativa que entre as propriedades tem: objetivação do fenômeno; hierarquização dos atos em descrever, entender, explicar, a exatidão das relações entre o local e o global em determinado fenômeno; observação das diversidades entre o mundo natural e o mundo social; consideração ao caráter interativo dentre os objetivos almejados pelos investigadores, busca por resultados mais autênticos possíveis; aversão ao pressuposto que acoberta um modelo singular de pesquisa para qualquer ciência (SILVEIRA & CORDOBÁ, 2009).

Foi por meio da Escola de Chicago, nas décadas de 1920 e 1930, que a verificação qualitativa ganhou importância nos estudos científicos, da mesma forma em que, na antropologia, determinavam-se métodos de pesquisa em campo, tendo que o observador sair de seu local em busca de analisar culturas diferentes à sua. Em pouco tempo, a abordagem qualitativa adveio a ser utilizada em outras partes da ciência social e, na medida em que evoluía, transformava ou acrescentava a seus modelos e posturas, algumas particularidades (DENZIN & LINCOLN, 2006).

Avaliando a não evidência e a não transparência da realidade, o estudo qualitativo precisa entrar no interior de suas margens, necessitando a abertura e flexibilidade do pesquisador para novas formulações, assim como na mobilização de conhecimentos agregados. Por outro lado, no campo da pesquisa qualitativa, não há subjetividade limite à edificação de conhecimentos científicos. Além disso, nesse tipo de enfoque, atende-se a subjetividade parte complementar da particularidade do fenômeno social (MINAYO, 2002).

De acordo com Leininger (1985), a etnografia, no seu significado mais extenso, pode ser determinada como uma maneira sistemática de observar, descrever, detalhar, analisar e documentar o modo de vida ou padrões característicos de uma cultura, para compreender a sua maneira de viver no seu ambiente natural.

Apesar da pesquisa ser qualitativa, também utilizamos o método quantitativo na pesquisa, pois há o emprego da quantificação seja nos modos de coleta de informações ou também no tratamento delas através de técnicas estatísticas. Representa inicialmente o objetivo de garantir a exatidão dos resultados, evitar erros de interpretação e análise, possibilitando, uma margem de segurança em relação às inferências. É geralmente utilizado nos estudos descritivos, em que buscam descobrir e classificar por meio das variáveis, assim como nos estudos que é analisado a relação entre fenômenos (RICHARDSON, 2008).

A observação *in loco* nos remeteu a receptividade que os moradores locais têm para receber os devotos da Santa. Sempre há alguém para dar algum tipo de informação ao “turista” do Morro.

Para avaliar o contexto estudado realizamos a revisão de literatura, em seguida aplicamos um dos instrumentos de coleta de dados que é o formulário. Segundo Marconi e Lakatos (2003), formulário é o contato direto entre pesquisador e entrevistado, sendo o roteiro de perguntas completado pelo pesquisador na ocasião da entrevista. O foco principal foi posto pelo investigador-entrevistador. Com isso, a aplicação do formulário colaborou com a interação entre o pesquisador, devotos e os ambulantes na Festa de Nossa Senhora da Conceição que disseram terem ficado satisfeitos com as questões abordadas. Destacamos a importância do diário de campo, pois, nele armazenamos as emoções, as descobertas, os olhares e toda a trajetória metodológica.

Quando se pensa na Festa do Morro da Conceição, logo se vem em mente: fé, catolicismo, povo, cultura, comércio. Para entendermos um pouco mais sobre o evento, decidimos fazer uma pesquisa para sabermos como a Festa do Morro da Conceição, tornou-se uma das festividades católicas mais importantes do estado de Pernambuco. Dessa forma, utilizamos o formulário e de forma aleatória entrevistamos 20 fiéis de Nossa Senhora da Conceição e 20 comerciantes que fazem do evento uma forma de ganhar dinheiro.

A faixa etária dos vendedores entrevistados na Festa do Morro da Conceição varia dos 20, aos 57 anos. Essas pessoas têm as mais variadas profissões como, por exemplo: ambulante, pedreiro, recepcionista, empregada doméstica, estudante, estofador, dona de

casa, telefonista, artesã, funcionário público. Boa parte da dessas pessoas moram no Morro da Conceição, mas há também aqueles que não residem na comunidade. Como no caso daqueles que moram em: Jaboaão dos Guararapes, Paulista, Olinda, Juazeiro do Norte, no Ceará e Canindé localizado na Microrregião de Canindé, Mesorregião do Norte Cearense e também conhecida como a cidade da fé, devido à religiosidade da cidade.

Com relação à maneira de identificação dos entrevistados foi decidido que seria por meio de código de letras. Ambulante A; Ambulante B, Ambulante C, Ambulante D, Ambulante E. Devoto A; Devota B, Devota C, Devoto D, Devota E. Essa decisão foi adotada em virtude da preservação da identificação das falas dos entrevistados, após um pedido dos mesmos que se sentem “envergonhados” em terem seus nomes revelados em pesquisas. Já outros entrevistados autorizaram o uso das imagens (fotografias) que foram feitas durante a pesquisa de campo.

Baseamos-nos também na análise de conteúdo que para Bardin (2009), enquanto método se torna um conjunto de artifícios de análise das comunicações que emprega algorismos metódicos e objetivos de exposição do conteúdo das mensagens. Essa técnica pode ser utilizada em distintas áreas de estudo. Em relação à deste presente estudo, o focaremos na abordagem comunicacional. Pois está pesquisa além de analisar os moradores e os ambulantes da festa do Morro da Conceição por meio de formulário, como já foi explicitada, este estudo também tem como finalidade avaliar a visão da mídia de massa sobre a Festa do Morro da Conceição, através do Jornal do Commercio no período de realização do evento que foi do dia 29 de novembro a 8 de dezembro de 2015. Dessa forma, o método de análise de conteúdo tem duas vertentes: de um lado a linguística tradicional e no outro a interpretação no sentido das palavras (CAMPOS, 2004).

Em relação aos facilitadores da pesquisa apontamos a acolhida da comunidade do Morro da Conceição, bem como os ambulantes que trabalharam no evento do Morro e a facilidade de aquisição do pesquisador das edições citadas do Jornal do Commercio. Não temos qualquer queixa para fazermos sobre dificuldades na realização desta pesquisa.

2. REFERENCIAL TÉORICO

2.1 Comunidade do Morro da Conceição

Tornando-se à capital de Pernambuco, em 1827, o Recife é um dos municípios com diversos fatos históricos do Brasil. Pois, a cidade nasceu numa apertada faixa de areia resguardada por uma linha de arrecifes que constituía um ancoradouro. Em 1537, a Vila do Recife é registrada oficialmente. Em 1630, Olinda, então capital de Pernambuco, é destruída pelos holandeses. Porém, os holandeses se puseram nas terras baixas do Recife, uma vez que o sítio de Olinda beneficiaria aos seus interesses comerciais e militares. Dessa maneira, soldados, colonos, habitantes de Olinda e judeus começaram a ocupação da Vila do Recife (PREFEITURA DO RECIFE, 2015). De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), o cálculo populacional do município em 2015 foi de 1.617.183 e contabiliza uma área territorial de 218,435 km², com densidade demográfica de 7.039,64 (hab/Km²).

De acordo com o último censo realizado pelo IBGE, em 2010 (PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE, 2015), a população residente no Morro da Conceição é de 10.182 habitantes, com a área territorial de 38 km² e a densidade demográfica de 265,24 (hab/Km²).

O Morro da Conceição é um bairro situado no Recife. A ocupação propriamente dita do Morro teve como marco inaugural os arredores da imagem da Santa, que só aconteceu de fato nas décadas de 1920 e 1930. A ocupação do Morro da Conceição não é diferente das demais áreas de morros do Recife. Casa Amarela, e especialmente, o Morro da Conceição, tiveram o seu crescimento demográfico nas décadas de 1950 e 1960, época marcada pelo projeto desenvolvimentista. Essas décadas mudaram bastante a imagem urbana recifense. Na década de 1940 surge a Imobiliária Pernambucana que passaria a cobrar taxas as pessoas pelo uso do espaço, com alegação de serem as famílias donas da empresa, também proprietárias das terras (ALBUQUERQUE & BRANDÃO, 2009).

Em 1974, devido ao progressivo crescimento urbano do bairro de Casa Amarela, houve a separação da área do Morro da Conceição e imediações, com o objetivo de criar a paróquia de Nossa Senhora da Conceição do Morro, inaugurada em 8 de dezembro deste

mesmo ano. No outro ano, a paróquia passou a se chamar de Matriz do Morro da Conceição.

2.2 O catolicismo

Desde a colonização do Brasil, o catolicismo foi um alicerce para o ideário expansionista português. Dessa maneira, a Igreja Católica se tornou uma das colunas da constituição da sociedade brasileira. Vale ressaltar que o catolicismo no Brasil expôs duas vertentes. De acordo com Guttilla (2006), um catolicismo “tradicional”, espalhado pelo clero secular e um catolicismo “reformado”, agenciado pelo clero regular. O primeiro catolicismo permanecia imbuído em uma “dimensão medieval”, que dava posse aos santos de domínios sobrenaturais que consentiam o desempenho desses na vida terrena, constituindo entre o devoto e o santo em uma relação familiar; já o segundo almejava aproximar os métodos religiosos brasileiros dos rituais romanos, eliminando assim, o modo místico do primeiro. Esse movimento de retificação do catolicismo brasileiro com as determinações de Roma é chamado de romanização.

A romanização é um processo que surgiu no século XVI, porém apenas se consolidou na metade do século XIX, com o ajuda dos conceitos centralizadores do Concílio Vaticano I, que além de reforçar os ideais do Concílio de Trento, “determinará a doutrina de infalibilidade papal como pressuposto da igreja”.

É nessa conjuntura de reforma católica que por meio do entrelaçamento com Roma tem início a devoção a Nossa Senhora da Imaculada Conceição. Isso porque, o Dogma da Imaculada Conceição da Virgem Maria foi expresso em 8 de dezembro de 1854, pelo Papa Pio IX, por meio da Bula *Ineffabilis Deus*, que alega a santidade da Virgem Maria desde concepção dela, tendo a mesma sido liberta do pecado.

Figura 01: Os devotos de Nossa Senhora da Conceição adorando a imagem



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Devido o Brasil ter sido colonizado por Portugal, país este extremamente católico, o Brasil até hoje tem um grande número de fiéis católicos. Com isso, a igreja católica tem um grande poder social, político, cultural. As igrejas e basílicas inclusive têm um valor turístico bem presente na sociedade contemporânea.

No Brasil, Nossa Senhora da Conceição já foi à padroeira do país devido à devoção dos colonizadores portugueses, mas com a descoberta da Virgem Maria de cor negra, que e conhecida como Nossa Senhora Aparecida, essa se tornou padroeira do Brasil até os dias atuais.

Berger (2000) traz à tona a expressão “teoria da secularização” que se referia aos estudos das décadas 1950 e 1960, pensamento central da teoria encontrada no Iluminismo. Ou seja, a modernização leva conseqüentemente a um declínio da religião. Pois, a modernização de fato obteve algumas conseqüências secularizantes. Mas ela também ocasionou o surgimento de fortes movimentos de contra a secularização. Algumas instituições religiosas perderam influência em diversas sociedades, porém as práticas e crenças religiosas antigas ou novas continuam na vida dos indivíduos assumindo novos modos institucionais e também às vezes levando a grandes explosões da fé. Por outro lado, as instituições religiosas desempenham um papel político e social mesmo quando poucas pessoas praticam ou confessam a religião que representam essas instituições.

Em relação no âmbito dos estudos da religião popular, a organização taxonômica que estuda as ciências sociais entende a religião sendo o resultado de quatro variáveis: a função da religiosidade, a composição social dos fiéis, seu conteúdo e a natureza da hierarquia da instituição religiosa.

2.3 Festa do Morro da Conceição

A “Festa do Morro”, como é conhecida, surgiu no início da comemoração do cinquentenário do dogma da Imaculada Conceição no Brasil em 1904, ano esse que foi implantado o monumento à Nossa Senhora da Conceição. O período comemorativo tem início no dia 29 de novembro, quando é realizada a Procissão da Bandeira. Bandeira essa referente à Nossa Senhora da Conceição. No dia 8 de dezembro, ocorre a procissão da imagem, dia esse dedicado à Nossa Senhora da Conceição. A partir disso, a data se tornou feriado municipal em Recife (MORRO DA CONCEIÇÃO, 2015).

É válido ressaltar que a imagem chegou da França em um navio em 1904. A imagem mede 5,5 metros de altura pesando 1806 quilos que representa Maria Santíssima vestida de branco e coberta por um manto azul, simbolizando a passagem bíblica do livro de Gênesis (3,15), onde Deus diz: “Porei inimizade entre ti e a mulher, entre a tua descendência e a dela. Tu lhe ferirás o calcanhar e ela te esmagará a cabeça”. A imagem expõe Maria de Pé em cima do globo terrestre, com as mãos concentradas em oração e uma cobra sendo esmagada pelos pés, tem a face voltada para a igreja Matriz, em uma posição privilegiada, podendo ser observada de diversas partes do Recife (MORRO DA CONCEIÇÃO, 2015).

Figura 02: Imagem de Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Acervo do autor, 2015.

O engenheiro Rodolfo Lima foi construtor (da imagem da Nossa Senhora da Conceição). A sua pedra fundamental foi beatificada por Dom Luiz em 26 de outubro de 1904. No ano de 1954, data do centenário da promulgação do Dogma da Imaculada Conceição, fez o monumento o seu jubileu de ouro de construção (ALBUQUERQUE & BRANDÃO, 2009).

Desde o momento da chegada da imagem, foi grande a repercussão na imprensa ao então Morro do Arraial ou Outeiro Bagnuolo nomes que citavam às batalhas contra os holandeses que aconteceram no Arraial do Bom Jesus, antigos nomes do atual Morro da Conceição (ALBUQUERQUE & BRANDÃO, 2009).

Nos primeiros anos da imagem de Nossa Senhora da Conceição, no morro, as celebrações das missas em honra da santa eram realizadas por famílias influentes da sociedade pernambucana. Essas pessoas ajudavam a festa conseguindo bandas de música para animar as festas profanas; bem como doando mercadorias para as melhorias na infraestrutura do Morro do Arraial, como iluminação, estradas e transporte para a festa. Passado a euforia inicial, no momento em que o Morro do Arraial ainda era um local praticamente despovoado para um espaço de fé católica, essas famílias foram sendo substituídas pelo controle da Arquidiocese e também pelo poder público, na administração das celebrações da festa da Imaculada Conceição (ALBUQUERQUE & BRANDÃO, 2009).

A Igreja de Nossa Senhora da Conceição fica situada na zona norte do Recife, local que contém grande número de moradores. Com a vinda da imagem da Santa, teve início a ocupação do Morro da Conceição.

A fé dos devotos torna-se tão intensa que supera a capacidade do Morro, ocasionando acidentes. Como por exemplo, atropelamentos e curto circuito em um dos postes de eletricidade durante a festa da Imaculada Conceição em 1959, provocando pânico nos devotos que se apressavam em sair do local todos de uma só vez. Durante o tumulto, pessoas acabaram sendo pisoteadas pela multidão assustada, ocasionando sete mortos e mais de cem pessoas feridas (JORNAL DO COMMERCIO, 2015).

Já em 1963, os devotos da Virgem Imaculada tiveram o que comemorar. Isso porque, a Arquidiocese de Olinda e Recife finalmente anunciaram a construção do Santuário da Imaculada Conceição. O Santuário foi apenas inaugurado em 1975. Já na década de 1980, o engajamento social do pároco Reginaldo Veloso resultou em um bom impulso para o desenvolvimento na comunidade do Morro da Conceição. Isso porque, adepto da Teologia da Libertação, movimento que surgiu em meados na década de 1970, com inspiração nas ideologias do Concílio Vaticano II, que defende a Igreja Católica mais participativa na sociedade, por meio dos engajamentos das Comunidades Eclesiais de Base, na valorização da organização comunitária em relação das ações de cunho individual. Por outro lado, a período do Padre Reginaldo pela Paróquia do Morro da Conceição foi marcado não apenas, pela sua participação social, porém pelos conflitos que ocorreram com a Arquidiocese de Recife e Olinda, principalmente com o Arcebispo, Dom. José Cardoso Sobrinho (ALBUQUERQUE & BRANDÃO, 2009).

Independentemente das disputas ideológicas, o local que foi construído o Santuário de Nossa Senhora da Conceição, configura-se atualmente como o maior espaço de devoção

católica de Pernambuco. A cada ano milhares de pessoas procuram demonstrar sua fé à Santa.

Muitos fiéis realizam mais de um culto na festa do Morro da Conceição, pois há fiéis de cultos afrodescendentes, uma vez que a Virgem Maria também é à deusa Iemanjá. Iemanjá é um orixá africano, constituindo em uma divindade das águas doces e salgadas. É também conhecida no Brasil de Mãe d'água, Rainha do Mar, Sereia, Inaê, Aiucá. No Morro essas pessoas praticam os próprios rituais sob a benção silenciosa de Roma.

Vale ressaltar que a Festa do Morro há dois contextos norteadores: o primeiro que é levado em consideração à festa sagrada e o outro que corresponde à festa profana, geralmente, entretanto não necessariamente significa um total isolamento das duas.

Figura 03: É comum a comercialização de bebidas alcoólicas na festa do Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Segundo Émile Durkheim (2003), as sociedades se desenvolveram com o tempo. Dessa forma, dogmas e conceitos acabaram separando o humano da divindade. O autor observou que a prática litúrgica varia em cada sociedade, porém quase que como uma regra, nem sempre os comportamentos profano e sagrado estão atrelados. Mas, através de análises ritualísticas de forma específica, o teórico constatou que, ao se tentar buscar um desligamento em relação ao que representa o profano, o indivíduo sempre estará condicionado a ter uma ligação entre profano e o sagrado.

Essa heterogeneidade até mesmo é tal que degenera num verdadeiro antagonismo. Os dois lados não são tão-somente idealizados como separados, porém como contrários e rivais um do outro. Não há como esta plenamente em um se tiver saído totalmente do outro, o indivíduo é exortado a se retirar completamente do profano, para ter uma vida unicamente religiosa. Entretanto, essa apreensão não poderia abordar de maneira a tornar

impossível toda comunidade por meio dos dois mundos, uma vez que, se o profano não pudesse de forma nenhuma penetrar em relação ao sagrado, esse de nada serviria.

Já Brandão (1986) defende que, devido a encontrar em torno do território do terreno, o indivíduo sempre poderá ter ações conjuntas tanto no profano e o sagrado. A religião popular ofereceu isto: a fé, mas também a festa do Santo, com fiéis e danças e, nas horas profanas, depois da obrigação, com álcool, a possessão dos espíritos dos mortos, dos orixás e de seus protegidos sobrenaturais; a possessão do Espírito Santo; a possessão do outro eu.

É de se impressionar também com o excesso de sons perceptíveis na festa profana do Morro. Em cada metro da festa são escutadas músicas de bandas brega ou os gritos dos indivíduos que se permitem a utilizar os brinquedos que têm o parque de diversão do evento como o: Kamikaze, Carrossel, Bate-Bate, Barco Fantasma, Roda-Gigante.

Vale ressaltar que para que tudo ocorra bem na festa, existem voluntários que doam seu trabalho que vão desde a limpeza até coordenação do evento sem receber nenhuma quantia em troca. Os voluntários trabalharam do dia 29, quando começam as celebrações, até o dia 8 de dezembro, com a dedicação integral ao público que sobe a ladeira ou as escadarias do Morro.

Figura 04: Os devotos e voluntários na Festa do Morro da Conceição



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Outra característica da festa é o engajamento dos fiéis evangélicos que veem na festividade uma maneira de afirmação do discurso protestante contra a adoração de imagem. Os evangélicos realizam caminhadas com destino ao Morro da Conceição com a finalidade de desmistificar a estima que é dada pelos fiéis católicos a festa. Entretanto, alguns moradores do local, mesmo sendo evangélicos, beneficiam-se do evento participando do comércio constituído no período.

A procissão de Nossa Senhora da Conceição arrasta a atenção de todos: dos fiéis moradores da comunidade e dos visitantes, assim como da imprensa e órgãos estatais que administram a Festa. As pessoas que estavam em suas residências vão à rua e todos seguem à praça e igreja na direção à imagem de Nossa Senhora. Escoltada pelo Batalhão de Choque da Polícia Militar, abre-se um corredor entre os fiéis que dá passagem à imagem. Nesse momento, há um grupo de jovens usando as cores da Santa. Já outro grupo, agora de senhoras, que carregam as bandeiras e, além de todos os outros fiéis. Escutam-se louvações, preces, agradecimentos, cantos e rezas.

2.4 O que é cultura?

As festas religiosas estão cada vez mais presentes nas culturas contemporâneas. Uma vez que esses eventos despertam a atenção de vários fiéis. Mas afinal de contas o que é cultura? E porque a festa do Morro da Conceição estar atrelado com essa faceta popular?

Cultura está relacionada com a caracterização da existência social de uma nação, povo ou grupos de uma determinada sociedade. Com isso, podemos ponderar sobre a cultura francesa ou a cultura xavante. Assim como também falamos na cultura camponesa ou na cultura dos remotos astecas. Dessa forma, cultura se refere a realidades sociais bem diversificadas. Entretanto, a definição em que se tem de cultura é a mesma: concepção e organização da vida social ou os seus aspectos materiais. A cultura é uma inquietação de pensadores engajados em decifrar a história humana, revisão bibliográfica ou entender a peculiaridade dos costumes e crenças, em perceber o desenvolvimento dos povos na conjuntura das formas materiais em que se desenvolvem (SANTOS, 2006).

O indivíduo quando ele nasce ele já vem dotado de uma cultura. Seja a cultura do quilombola, do índio, do suburbano ou do rico. Todos os agentes sociais são frutos de valores culturais. Um exemplo cultural é a festa do Morro da Conceição, situada na zona norte do Recife, que há mais de 100 anos se tornou, a principal festividade religiosa da cidade devido a sua faceta popular.

É preciso ponderar dois aspectos fundamentais as quais a afirmação das apreensões com cultura ficou associada. Isso porque foi no século XIX que houve uma dominante visão laica, ou seja, não religiosa, da vida humana e do mundo social. Pois o então cristianismo tinha força para se impor na aceitação de práticas e comportamentos. Uma vez que a visão de mundo cristã proporcionava à Europa os modelos fundamentais que classificavam o conhecimento e a interpretação da sociedade e das relações sociais

(SANTOS, 2006). Além disso, as mudanças advindas nas vivências partilhadas pelos componentes de uma comunidade tende em repercutir nas modificações dos valores culturais (CERDEIRA, 2010).

No fim do século XVIII e no início do século XIX, o termo germânico Kultur era empregado para representar todas as feições espirituais de uma comunidade, enquanto a expressão francesa Civilization se referia, sobretudo, às realizações materiais de um povo. Esses os termos foram resumidos por Edward Tylor (1832-1917) pelo vocábulo inglês Culture, que adotado em sua extensa definição etnográfica é todo o complexo que compreende crenças, leis, conhecimentos, moral, arte, costumes ou qual quer outro hábito adquirido pelo homem como componente de uma sociedade. Com este sentido Tylor abrangia todas as possibilidades de realização humana, além de marcar profundamente o caráter de aprendizado da cultura em aversão à ideia de obtenção inata, conduzida pelos mecanismos biológicos. O conceito de cultura, como é utilizado atualmente, foi assim determinado pela primeira vez por Edward Tylor. Porém, o que ele perpetrou foi formalizar uma ideia que vinha se desenvolvendo na mente humana (LARAIA, 2001).

Apesar das ideias a respeito sobre cultura de Edward Tylor ter sido exposta há mais de 100 anos, a definição sobre cultura continua a mesma. Entretanto, o que pode ser acrescentada na teoria debatida pelo o autor são os novos tipos de cultura (funk, hip hop, cibernética, entre outros tipos culturais contemporâneos) provenientes desse século posterior ao teórico. Afinal de contas, os costumes da sociedade estão cada vez mais se desenvolvendo.

Com a contribuição teórica dos estudos culturais britânicos, compreendeu-se não apenas pela sociedade inglesa, entretanto pela sociedade mundial que cultura é um bem comum de todos os indivíduos, não havendo uma cultura superior ou inferior, ou um grupo de pessoas, que tenha a tarefa de significados e valores. Hoje, cultura é substituída por culturas no plural. Pois, a abordagem já não é mais a luta por uma cultura em comum, entretanto são as disputas através das diferentes identificações culturais regionais, nacionais, sexuais ou étnicas (CEVASCO, 2003). Além disso, as mudanças advindas nas vivências partilhadas pelos componentes de uma comunidade tende em repercutir nas modificações dos valores culturais (CERDEIRA, 2010).

Com o passar dos anos os costumes culturais vão se “atualizando”, devido ao processo de globalização. São mudanças nas formas de se vestir, bem como de aquisição de mercadorias que não se tinha outrora. Produtos eletrônicos como tablets, smartphones, ou até mesmo mercadorias provenientes do processo de hibridização da cultura popular e

hegemônica, como nos casos das joias, sapatos e roupas. Na festa do Morro da Conceição, por exemplo, há esse processo híbrido, uma vez que os comerciantes da localidade se utilizam da imagem da Santa para comercializar seus produtos.

Figura 05: Camisa com alusão a Festa do Morro da Conceição



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Há uma necessidade nos estudos das culturas populares na busca na estrutura de conflitos entre a cultura popular e hegemônica, além da integração, a interpenetração, o encobrimento, a dissimulação e o amortecimento das contradições sociais. Dessa forma, a produção cultural é o trabalho das classes populares em ocasiões de exploração e de libertação (CANCLINI, 1983).

O popular se reformula como uma atitude múltipla representativa dos fluxos culturais que reivindicam uma intercomunicação massiva permanente. Ou seja, o popular não mais deve ser percebido como oposto ao massivo, porém como uma maneira de atuar nele (TAUK SANTOS, 2009).

Em sociedades com vasta desigualdade social, como por exemplo, na América Latina, a cultura são culturas. Dessa maneira, o mundo das técnicas culturais continuará essencialmente associado a um mundo de sentidos espontaneamente ligado ao das desigualdades sociais (SOUZA, 2006).

Os conflitos entre a cultura popular e hegemônica acontecem devido à sociedade global contemporânea. O interessante é que tanto a cultura popular, quanto a cultura hegemônica podem se apropriar uma da outra como, por exemplo, na Festa do Morro da Conceição. O trabalho cultural realizado pelos grupos de escolas de quadrilhas juninas e samba no morro que, durante o evento, se favorecem principalmente, na procura de profissionais de imprensa, produtores culturais e pesquisadores que vão à comunidade com o objetivo de conhecer melhor o morro.

Os estudos culturais são assinalados pelas recíprocas resoluções entre culturas populares e suas formações discursivas, especialmente no âmbito do cotidiano da vida

popular e em suas múltiplas práticas culturais. Com o passar dos anos, a cultura popular foi se associando às ideias de modernidade, nacionalidade, identidade nacional na conjuntura da democratização e industrialização. Variavelmente no debate contemporâneo, que as pesquisas relacionadas aos estudos culturais estão pautadas à política, à direção política e cultural das sociedades (ESCOSTEGUY, 2001).

Segundo Stuart Hall, a nomenclatura cultura popular pode ter diversas conotações. Como por exemplo, é popular porque é extremamente consumido. Ou é o que o povo faz ou fez, como maneira de vida. Além das relações sociais. Com isso, Hall delibera cultura popular como “um teatro dos desejos populares” (ESCOSTEGUY, 2001).

Um caso para endossar a ideia em Escosteguy (2001) são os produtos comercializados no evento do Morro. As mercadorias comercializadas nesse comércio são distintas pelo molde de consumo dos seus moradores, como no caso das comidas e bebidas ali vendidas que têm o mesmo modelo de consumo de quem vende e consome. Uma vez que boa parcela dos frequentadores do evento noturno são habitantes de comunidades vizinhas da comunidade do Morro da Conceição e, ainda que não fossem, têm as mesmas propriedades socioeconômicas nos bairros em que moram.

Figura 06: O comércio na festa do Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Apesar de se tratar da comercialização de comidas feitas pelo grupo presente na festa, a diversidade de alimentos ali trabalhados impressiona. Como por exemplo, caldeirões com ensopados e/ou caldos que se diversificam no meio dos tradicionais caldinhos de peixe e feijão ou o caldo “Cabeça de Galo” que tem a fama de ser afrodisíaco.

O novo elemento que destacou as particularidades dos estudos culturais foi às ideias de Antonio Gramsci sobre o tema hegemonia. Isto porque de um lado, a cultura massiva procura alcançar a hegemonia como maneira de imposição cultural, já por outro lado os contextos populares adotam maneiras contra-hegemônicas sobre as práticas hegemônicas do capitalismo (HALL, 2000).

Em certo sentido a ideia dos estudos culturais de desconstruir arranjos teóricos, em vez de enfrentar o problema de se buscar uma teoria marxista da atualidade, é um produto da formação em que se inserem atualmente. Os estudos culturais passam a ser observada não como uma luta de inclusão social, mas como meramente cultural, ou seja, os excluídos são aceitos culturalmente, por meio de suas diferenças e não por serem iguais (CEVASCO, 2003).

O interessante é que a Festa do Morro da Conceição que teve início na comemoração do cinquentenário do dogma da Imaculada Conceição no Brasil em 1904, no morro mais alto do Recife e que também leva o nome da padroeira é um evento católico tão consolidado nacionalmente que além de chegarem turistas de todo o Brasil, também participam do evento vendedores de artigos religiosos de todos os Estados do Brasil.

Figura 07: A comercialização de artigos religiosos na festa do Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Vale ressaltar através de uma verificação *in loco*, que um dos maiores contingentes de turistas na Festa do Morro da Conceição são os comerciantes e os fiéis de Juazeiro do Norte distante a 491 km da capital, Fortaleza, no Ceará. Local esse que também tem uma das maiores festas católicas do Brasil, com o santuário de Padre Cícero, em Juazeiro do Norte. O “padim”, como era conhecido o Padre Cícero, foi um notável padre em meados dos séculos XIX e XX no Ceará, chegando inclusive, a ser vice-governador desse Estado brasileiro (MACIEL, 2005). O “padim” tem a fama de milagreiro, por isso, a devoção a ele também é grande. Com isso, muitos devotos do padre Cícero se deslocam do Ceará até a Festa do Morro da Conceição para buscar a benção da padroeira do Morro.

Brant (2002) pondera que uma manifestação cultural quanto produto tem significado quando ela observada sob a ótica da sua potencialidade econômica, e não

apenas pelo seu estíma sociocultural, pois a esfera cultural é responsável pelo desenvolvimento econômico social de toda uma nação.

A identidade cultural é compreendida como um conjunto de particularidades comuns que os agentes sociais se determinam como tais. Porém, aquilo que um grupo é está intensamente unido com aquilo que ele não é, ou seja, aquilo que o faz distinto um do outro. Dessa maneira, diferença e identidade são faces da mesma cédula. A identificação é algo que não há de maneira “natural”. Ela é estabelecida socialmente pelos grupos sociais por meio de distintos processos discursivos. Dessa maneira, na contemporaneidade, o conhecimento de identidade como consequência do sentimento de pertencimento as composições estáveis e fixas é debatida. As identidades atuais, individuais e coletivas, estão sendo descentradas, fragmentadas e descontínuas. As bases concretas que se assentavam e ofereciam sustentação à noção de identidade e aos processos de identificação, como nacionalidade, raça, classe, gênero, religião, língua, sexualidade, etc, tornaram-se vulneráveis diante da nova realidade. Hoje, tais categorias são interceptadas por novos cruzamentos, que têm como linha comum suas ênfases na descontinuidade, na fragmentação, na ruptura e no deslocamento (MORIGI, 2002).

A fé não ver Deus como um ser específico de uma cultura, pois ele é universal. A fé é um dom de quem crer em um Deus universal e presente, designado do bem-estar de todos em que neles crer. É definitivamente necessária que a sociedade seja conduzida por esta visão, esta compreensão de Deus respeitado como um ser universal.

2.5 Desenvolvimento Local

Em eventos de tamanha magnitude como a Festa do Morro da Conceição, a comunidade local tende a se mobilizar, juntamente com os empresários e o poder público. Essa arregimentação na literatura é chamada de desenvolvimento local.

Segundo Jesus (2003), o desenvolvimento local é o procedimento de relação das pessoas e instituições no intuito de mudança na maneira de produzir e distribuir os produtos de forma que traga o bem-estar social mediante a valorização dos recursos da região. É necessário convencer esses indivíduos sobre a importância na solidariedade da ação coletiva, como fator fundamental na apropriação do desenvolvimento local.

A região comumente é pensada através dos costumes locais e da valorização da cultura e, por meio do processo de articulação e do intercâmbio social (ABRAMOVAY, 2000). Com isso, a valorização da região é uma forma importante na procura do

empoderamento para o desenvolvimento local que tem como objetivo a cooperação e a contribuição mútua das instituições e dos indivíduos local, que transformam os recursos e os valores locais, em bens de trabalho e renda. Além disso, na sociedade capitalista e globalizada contemporânea, a comunidade precisa movimentar sua potencialidade endógena, gerenciá-las de maneira estratégica, integrada com o mercado (JARA, 1998).

Para a efetivação da Festa do Morro, tendo-se em conta todas as obrigações necessárias para o evento, institui-se na comunidade toda uma infraestrutura informal e institucional que dê suporte ao evento. Como por exemplo, a prefeitura da cidade se apresenta tanto como colaboradora, quanto como coordenadora do festejo. Isso porque, há uma presença constante de guardas municipais e viaturas, além da presença de funcionários da vigilância sanitária municipal na fiscalização das diversas frações do comércio informal. Em relação ao comércio, observa-se que a boa parte das casas da comunidade, modifica-se em um tipo de estabelecimento com finalidades comerciais no período da festa.

As esferas do desenvolvimento local conglomeram não apenas o cenário econômico, porém também a cultura, saúde, religião, política, lazer, educação entre outros. Em relação à cultura há o desenvolvimento abrangendo projetos de políticas culturais, economia, lazer e conseqüentemente todos os outros âmbitos. Para Jesus (2003), o desenvolvimento local se estabelece organicamente sendo um fenômeno fundamentalmente humano e social. Outro fato que estabelece ao desenvolvimento local é que ele sucede na articulação através de vários atores sociais e vertentes de poder, seja em organizações não governamentais, a iniciativa privada, na sociedade civil, as instituições políticas ou o próprio governo. Cada um desempenha seu particular papel na concretização do desenvolvimento local (MACIEL, 2012).

Através da teoria do desenvolvimento local, percebemos essa orquestração na comunidade do Morro da Conceição, principalmente em tempos da Festa do Morro. A consolidação popular do evento no morro torna-o, uma das festividades urbanas mais claras do desenvolvimento local, devido à participação da comunidade local, bem como a participação dos órgãos públicos e as empresas privadas.

Figura 08: O comércio se utilizando do nome da Santa para aumentar as vendas



Fonte: Acervo do autor, 2015.

O local ou o lugar são elementos fundamentais, pois são como uma arena que estabelecem as identificações de vida, as instituições cooperativas e solidárias, onde a individualidade se forma, bem como os direitos coletivos têm preferência em relação aos direitos individuais (BORDA, 2000).

Para Franco (2002), o desenvolvimento local estabelece uma estratégia que beneficia a conquista da sustentabilidade, na forma em que rege a edificação de comunidades sustentáveis. Procedimento esse que beneficia como ressalta Jara (1998), a participação dos atores locais na constituição de uma nova cidadania, que abrange o bem-estar econômico, a preservação ambiental, a identidade cultural, a equidade social e o suprimento das necessidades humanas básicas.

2.6 A importância da notícia no jornalismo

O que seria da sociedade sem a informação? Como seria do indivíduo se não soubesse o que acontece ao seu próprio redor? Sem o conhecimento o indivíduo se tornaria um agente crítico e consciente dos seus direitos e deveres perante a sociedade? Qual o papel das notícias na sociedade? Saberíamos da Festa do Morro sem as notícias a respeito do evento? Mas o que é notícia? Estes são alguns dos questionamentos que nos fazem refletir sobre a importância da comunicação na sociedade. Afinal de contas, já dizia um saudoso comunicador pernambucano que ganhou fama nacional com o seu bordão “Quem não se comunica se trumbica”. Esta frase do Abelardo Barbosa Figueiredo, popularmente conhecido como “Chacrinha”, nunca sairá de moda.

É preciso que se tenha a consciência que sem a informação, não há comunicação. A comunicação se processa não apenas por gestos, gritos, olhares ou pela fala, mas também por meio da mídia. A propagação dos acontecimentos ocorre devido ao que se denomina de notícia.

De acordo com Curado (2002), a notícia é o acontecimento que tem importância para a sociedade. A relevância de um fato é avaliada pelo jornalista, que pondera se o acontecimento é notícia e carece ser divulgado. O público tem o conhecimento da notícia por meio da mídia, com as coberturas dos eventos e os furos de reportagens. Essa interação com os fatos serve não somente para ter o conhecimento dos acontecimentos do dia, porém, sobretudo, para colocar o receptor da notícia na conjuntura histórica, bem como demonstrar em que dimensões a realidade será comprometida pela ocorrência. A notícia desponta como os fatos se ocorreram, identifica personalidades, situa geograficamente onde aconteceram ou ainda estão ocorrendo, apresenta as suas circunstâncias, e os posiciona, em uma conjuntura histórica para dar-lhes aspecto e noção da sua magnitude e dos seus significados. Dessa maneira, a notícia surgiu como sendo principal produto da mídia de massa. Boa parte dos indivíduos compram jornais para ver as notícias.

Como por exemplo, na festa do Morro da Conceição que muita gente compra os jornais, especialmente do Recife para saberem das informações a respeito do evento.

Figura 09: Jornal do Comércio de Pernambuco divulgando o evento do Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

É por meio da mídia que a sociedade sabe sobre a última declaração do presidente da República, tomando conhecimento em relação à Previdência Social, bem como ao emprego no país, imposto de renda, salário-mínimo, às eleições, dentre outros temas. Essas notícias vão ser decifradas das mais distintas maneiras, servindo de um formidável utensílio para a concepção não só país, mas também do mundo (PEREIRA JUNIOR, 2005).

Ao menos, alguma notícia atraí o interesse do leitor. Seja no âmbito, econômico, esportivo, social, cultural. Na atual sociedade da informação, o leitor está cada vez mais ávido pela notícia. É perceptível que a mídia local e a que melhor proporciona a probabilidade de mostrar os acontecimentos e a vida nas localidades, pelo fato de estarem implantadas no contexto dos fatos. Dessa forma, busca-se apresentar notícias com propriedade para os indivíduos com foco na comunidade, para que eles se identifiquem com o comportamento e as notícias.

Na preparação do seu texto, o jornalista utiliza métodos de seleção e combinação, por unidades que articuladas, se transformam em mensagens. Esse trabalho de operacional não se dá exclusivamente no âmbito restrito do código, pois o sujeito se confronta com outros códigos de que confere também para a construção de suas unidades discursivas (VIZEU, 2002).

Na sociedade midiática, o despertar a atenção precede ao possível procedimento comunicacional, mensageiro de conteúdos tais como propriedades e benefícios que tragam uma demanda por resoluções de carências das mais distintas ordens, neste fato específico pela procura do sagrado, do sobrenatural, do místico, das soluções proporcionadas em pacotes formatados para acolher os distintos segmentos como proclama o marketing como modo de distinção em relação a um grupamento acirrado e competidor no sentido de proteger sob sua fâmula o maior rebanho possível de fiéis. Dessa forma, a mídia massiva é suporte eficaz para abrigar as necessidades consciente e inconsciente dessa audiência que tem nesses meios uma entrada para o mundo, devido pelo o abastecimento de informações diárias (GALINDO, 2007).

O poder desempenhado pela mídia massiva tem um grande valor na concepção da opinião pública. Tem de se entender que exclusivamente noticiar não é satisfatório, pois os jornais necessitam debater e confrontar, bem como implantar novas maneiras que se individualizem das apresentadas pelos conglomerados midiáticos que privilegiam o nacional/internacional, em detrimento do local.

A mídia por sua inclinação e, especialmente, por sua capacidade de estabelecer os seus princípios e normas de comportamento a outras esferas, como analisa Bourdieu (2003), tem cooperado com inúmeras alterações ou incorporações de identificações no Brasil.

Para Guareschi (2004), os meios de comunicação agem como fator determinante na sociedade atual, pois articulam mecanismos competentes e poderosos em relação à importância à ideologia, concepção de consciência e a manipulação da linguagem. O

escritor ainda pondera que a comunicação é o primeiro poder, e não quarto; uma vez que ele assegura que não existe realidade social se não passar pela comunicação.

Sabedor do poder da mídia, o jornalista Mário Erbolato (1991) indicou os critérios de noticiabilidade. Ele sugere que a seleção das notícias atenda aos critérios de impacto, marco geográfico, proximidade, proeminência (ou celebridade), importância, consequências, humor, aventura e conflito, culto de heróis, repercussões e confidências, raridade, progresso, sexo e idade, descobertas e invenções, interesse pessoal, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, expectativa ou suspense, oportunidade, dinheiro, originalidade.

Ao ponderar a noticiabilidade de um conhecimento, os jornalistas submetem o caso aos discernimentos substantivos decorridos dos quatro critérios que Wolf (1995) cita: I - A condição e o estado hierárquico dos envolvidos no episódio noticiável, quanto mais envoltura com pessoas, estabelecimentos e países de elite o episódio tiver, mais noticiável parece aos olhos do jornalista. II - O impacto para a nação, bem como o interesse nacional, as práticas jornalísticas avaliam significativo uma ocorrência que diz respeito ao interesse da pátria. Mais frequentemente denominado de valor de proximidade, no meio jornalístico, as informações que se mencionam ao mundo do receptor da informação ganham valor porque expõem o receptor a um conhecimento do fato que o atinge. III - Quantidade de indivíduos que o episódio (de caso ou potencialmente) envolve, pois a visibilidade é sobressaída como o fundamental valor ao informar um acidente que tenha muitas pessoas envolvidas. Carece-se, porém compreender a distinção de valores, muito bem elucidada por Wolf de uma notícia em detrimento a outra como um acidente que acontece nas proximidades com poucas vítimas, tornando-a mais noticiável a outro acidente que envolva um número maior de pessoas, porém que aconteceu em um local mais longe. IV - Relevância e significatividade da ocorrência são quanto o progresso futuro de uma determinada conjuntura, visto que são as notícias que têm continuação, como por exemplo, as coberturas de campanhas políticas, as CPI's, votações de projetos extraordinários, bem comuns no Brasil.

Trazendo esses conceitos dos teóricos Mário Erbolato (1991) e Wolf (1995) para esta pesquisa traçamos o paralelo da seguinte forma: Um casal de turistas de outro país ou até mesmo de outro estado do Brasil vem passar um período de férias em Recife. E estando eles na capital pernambucana, no dia 8 de dezembro se deparam com o maior fluxo de pessoas de todo Pernambuco, mas também de outros Estados vizinhos. Surpreender-se-ão eles, com a movimentação de fiéis devido a Festa do Morro da Conceição que sequer não é

a padroeira do Recife (a padroeira é Nossa Senhora do Carmo), entretanto é a festa religiosa em Pernambuco que mais desperta a atenção dos fiéis católicos.

Mas por que a festa de Nossa Senhora da Conceição desperta tanta atenção dos fiéis católicos mobilizando o Estado de Pernambuco e tem pouca repercussão na mídia massas em muitos estados do Brasil? Se analisarmos a teorias de Erbolato (1991) e Wolf (1995) percebemos que o fato de ter uma comunidade com o nome da Santa, bem como um templo e uma imagem 5,5 metros de altura, entenderemos que o critério de noticiabilidade de proximidade faz com que a Festa do Morro seja tão propagada na mídia local. Além disso, a festa já faz parte dos festejos culturais do Recife com o festejo das festas sagrada e profana do evento.

2.7 O porteiro da notícia

Não há como saber de uma informação se ela não for divulgada. Na festa do Morro, por exemplo, a proliferação do mosquito *Aedes Aegypti* transmissor da dengue, da chikungunya e do zika vírus preocupou os órgãos públicos. Logo, não se teria tamanha divulgação do caso para os milhares de devotos de Nossa Senhora da Conceição, se não fosse divulgado pela mídia. O jornalista é justamente esse porteiro da notícia, também conhecido como gatekeeper.

Figura 10: Jornal do Comércio e a preocupação no Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

A teoria do gatekeeping, segundo Michael Kunczik (2001) foi inicialmente desenvolvida em 1913, pelo sociólogo alemão Levin Schücking, e se resumia a “guardiões de portões” bancando menção a decisão originada pelos critérios pessoais.

A teoria foi desenvolvida no âmbito da teoria do jornalismo por David Manning White, que noticiou na revista “Journalism Quartely”, em 1950, a teoria que deliberava o jornalista como sendo um selecionador das informações (WOLF, 1995).

Nelson Traquina (2005) ressalta que o processo de produção da notícia acontece por uma série de escolhas, por distintos caminhos gates. Os caminhos são preferências do jornalista (gatekeeper) que define se a notícia ocorre ou para naquele momento. A teoria do gatekeeper prossegue também uma concepção bem restringida do trabalho jornalístico, pois é baseado no conceito de “seleção”, diminuindo outras vertentes admiráveis na ação de produção das notícias, um olhar limitado do procedimento de produção das informações.

Traquina (1999) expõe que jornalistas não são apenas observadores passivos, porém participantes ativos na ação da construção da realidade. Dessa forma, as notícias não devem ser vistas como surgindo dos episódios do mundo real, pois as notícias ocorrem na conjugação de fatos e de textos. Enquanto a ocorrência indica a notícia, a notícia indica a ocorrência.

A teoria do gatekeeper debate o um processo jornalístico com uma linha tênue através das determinações circunscritas ao que são notícia e o que é de importância corporativa. E aí penetram a gênese jornalística, seu conhecimento e prática atrelada à ética, os prosseguimentos apontados em princípios específicos redacionais, aptidões plausíveis que as abordagens desta reflexão não devem ultrapassar. Comprovada a

particularidade da ação individual, entretanto que, devido a ser um indivíduo implantado em uma organização, aborda-se da sua “cadeia de comunicação”, assinalando uma posição que se delibera segundo princípios institucionais.

Ao tratar de uma pessoa inserida em uma organização, como acontece geralmente no âmbito jornalístico, esse acaba bancando uma preferência segundo princípios organizacionais. Alude-se ao emissor comunicacional e sem entrar na condenação sobre se a teoria é restringida ou limitante da atuação jornalística, revela o saldo de uma equipe, pelo fato de privilegiar cada indivíduo perante uma escolha acolhida pelos membros da equipe, até a aparição da obra final, a notícia divulgada. É o ato individual implicando esclarecer uma questão catalogada a uma ação social. A seleção do público alvo através dos meios de comunicação é de muita importância para o desenvolvimento do trabalho do gatekeeper, devido aos interesses dele para a criação dos critérios que serão divulgados ou não.

É preciso que ocorra uma precaução especial com o público receptor das notícias, esta é certamente mais uma das inquietações do gatekeeper. Dessa forma, cada mídia distorce ou formata de maneira involuntária a notícia para que se alcance a atenção do público alvo. Através disso, pode-se determinar o gatekeeper como aquele que produz o que será informação e o que não será. Essa ideia, porém pressupõe que o leitor não tenha acesso na fonte do gatekeeper, que ele tão-somente reconheça a notícia através do olhar do gatekeeper.

2.8 Agenda Setting

Para que os acontecimentos sejam propagados pelo gatekeeper, eles os porteiros da notícia, se baseiam em temas mais recorrentes daquela ocasião. No Recife, por exemplo, a mídia massiva proporciona um espaço na cobertura da Festa do Morro da Conceição entre os meses de novembro e dezembro.

A envergadura de influência da mídia massiva a respeito do conhecimento do que é noticiado se transforma segundo os temas tratados. Em alguns meios de comunicação o grau de influência é maior ou menor. A diferença se dá pelas notícias mais influenciáveis que às notícias menos influenciáveis. Dessa forma, quanto menor for o conhecimento direto que os indivíduos têm de um determinado assunto, mais a experiência penderá da mídia de massa, para se alcançarem os conhecimentos e os quadros representativos desse tema. Como por exemplo, as pessoas não precisam da mídia massiva para saber sobre o

aumento dos preços de um determinado produto. Essas condições, quando acontecem, envolvem a vida diária dos agentes sociais. O conhecimento direto, imediato e pessoal de uma dificuldade, torna o satisfatoriamente manifesto e significativo para que ocorra que o controle cognitivo da mídia de massa se expanda. A mutável da centralidade carece, logo, ser avaliada como uma das necessidades de intercessão da agenda-setting (MACIEL, 2011).

Segundo com McCombs e Shaw (1972), a apreciação mais sucinta, ao primeiro estudo empírico da agenda-setting, é estabelecida por Cohen em 1963, pois embora a imprensa, na maioria das vezes, possa não ser bem satisfatória ao sugerir aos indivíduos como pensar, é admiravelmente eficaz na forma como indica aos seus leitores a respeito do que pensar.

McCombs e Shaw (1972) compreenderam um forte encadeamento entre a hierarquia dos assuntos constituídos pelos meios de comunicação e a hierarquia temática propagada pelos votantes. Essa conclusão insinua que a mídia tem uma boa autoridade sobre os eleitores ou uma suscetibilidade acerca das inquietações dos eleitores. Se analisado dessa maneira, os meios conteriam uma influência importante sobre os conceitos das pessoas. Porém, a essência da agenda-setting busca identificar se os assuntos que são demonstrados na grande mídia se tornam extraordinários para os receptores, bem como são as pautas dos diálogos diários.

A suposição de agenda-setting defende que a mídia de massa é importante na edificação da imagem do fato que a pessoa vem estruturando. Essa imagem é puramente uma metáfora que concebe o conjunto de informação sobre o mundo que cada pessoa abordou, preparou e acumulou pode ser refletida como um standard sobre a qual a nova informação é conferida para lhe atribuir o seu significado (MACIEL, 2011).

É preciso que a sociedade tenha a consciência que boa parte dos temas debatidos por nós agentes sociais acontece devido à exposição do assunto pela mídia massiva. Por isso, a mídia é considerada a formadora de opinião na sociedade.

Portanto a finalidade agenda-setting tal e como é citada em toda literatura específica de comunicação é percebida em nossa como seu significado real, ou seja, a direção, condução ou canalização que os indivíduos lidam através de temas com repercussão pública, em relação de outros temas não mencionados ou destacados, devido à seleção precedente de assuntos que concretiza a mídia de massa (MACIEL, 2011).

As teorias a respeito da agenda-setting erguidas terão um caminho vasto a percorrer para que possamos alcançar uma resposta determinante em relação a todo processo, ou

seja, no desenrolar do acontecimento do caso até matéria para o leitor. Avaliando que a notícia enfatiza a diversidade existente dentre a quantidade de conhecimentos, informações e entendimentos da realidade social, atingidos por meio da mídia de massa.

Outra observação válida diz respeito sobre um mecanismo póstumo de agenda-setting, para afora do “perfil baixo” e do “perfil alto”: a supressão, a não cobertura de determinados assuntos, a cobertura de propósito modesta ou marginalizada que diversos temas recebem. Esse tipo de agenda-setting opera, seguramente, para todas as mídias de massa, para lá das contestações técnicas, jornalísticas, de linguagem, devido ao acesso a fontes diferente àquelas que cobrem o abastecimento constante de notícias, seja bastante complexo e oneroso (MACIEL, 2011).

A cobertura ou não de uma determinada notícia está também atrelada a que tipo de público a mídia está voltada. Seja para um público classe A, B, C, D, E. Porém, há também jornais que publicam notícias de interesse comum da sociedade. Como por exemplo, a festa do Morro da Conceição. Pois para ser um fiel da igreja católica independe ser rico ou pobre, preto ou branco, homem ou mulher.

Para se examinar as relações entre a imprensa e o público ou apenas as agitações da imprensa, o estudo da agenda-setting envolve um processo que até pode ser denominado de processo de agendamento. Esse processo é descrito por meio de uma tipologia de agendas, estudos e conceitos de deliberação da agenda-setting.

Avaliamos essa perspectiva relacionando inteiramente com as mais novas revisões da teoria da agenda-setting. A nova versão da teoria aborda que os meios edificam a agenda por meio de dois mecanismos: expondo sobre quais temas temos que pensar e como precisamos sobre esses assuntos. Essa composição aconteceria por um enquadramento que seria uma forma de decodificar um fato, a mostrar o receptor a uma maneira ou outra da leitura.

Severo (2007) expõe que a importância de um tema também precisa ser ponderada a partir da insegurança da pessoa sobre ele. Em diversas ocasiões, os indivíduos já têm todo o conhecimento que almejam sobre o tema e, com isso, o grau de dúvidas é pequeno. Dessa forma, esses agentes sociais não dão atenção para às notícias, porém aproveitam a mídia para monitorar a acontecimento sobre qualquer alteração no estado inicial.

2.9 Folkcomunicação

No fim do século XX, a cultura de massa ganhou força com o aumento da indústria cultural, que passou a trabalhar como elemento na ação de modernização dependente. Com o estouro dos meios de comunicação, haveria se encerrado o ciclo global do aparelho cultural, podendo-se até ponderar em um Patrimônio Cultural da Humanidade. Entretanto, nesse procedimento de construção cultural há povos que hoje são exclusivamente passivos consumidores (PAGLIOTO & CUNHA, 2015).

Em 1967, em sua tese de doutorado, na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, o pernambucano Luis Beltrão expôs a primeira teoria em comunicação desenvolvida por ele e chamada por Folkcomunicação com o objetivo de investigar como a sociedade se informava, aprendia e conduzia seus conhecimentos sem o uso de um veículo da mídia de massa (MELO, 2008).

É precisamente pela necessidade em restaurar a lógica dos fins culturais que a cultura, através da liberação de suas maneiras criativas, é apropriada em restaurar o livre arbítrio humano, ao recolocar a lógica tirânica estabelecida pela civilização industrial, que em países periféricos é alentada pela dependência cultural.

Segundo Hohlfeldt (2008), Luiz Beltrão optou por uma teoria capaz de dar conta daquele contexto por ele estudado, evidenciando o valor dos estudos em folkcomunicação para as teorias brasileiras, sobretudo em comunicação. O autor distingue a folkcomunicação como a “comunicação de resistência” e ressalta sua natureza no campo interdisciplinar, por estabelecer concomitantemente apelo a distintas áreas não apenas das ciências sociais, em aproximações equitativas e horizontais, mas também multidisciplinar.

A folkcomunicação é a manifestação simbólica dos agentes sociais mais carentes que se utiliza de meios ligados ao folclore para se comunicarem. Se partirmos do pressuposto que a comunicação não se propaga apenas por meio da grande mídia, mas também por gestos, escritas rudimentares, folguedos, rádios comunitárias e até mesmo por meio das roupas que vestimos, pelo fato das nossas vestimentas falarem bastante sobre a nossa personalidade, logo entenderemos o quão é fundamental os estudos folkcomunicacionais para se entender como as classes populares convivem em um mundo tão global, porém que não perde a sua raiz local.

De acordo com Marques de Melo (s.d.), foi através da pesquisa dos ex-votos, analisado pelos sociólogos, antropólogos e folcloristas, entretanto pouco estudado pelos comunicólogos que Luis Beltrão estabelece as bases folkcomunicacionais. Uma vez que a

teoria institui a relação das expressões populares e primitivas, aos contingentes comunicacionais estabelecidos pela mídia massiva, como “retransmissores ou decodificadores” das mensagens propagadas dos segundos. Uma lógica presente na atualidade, pelo fato das relações que se formam entre o “local” e o “global” no mundo contemporâneo.

Figura 11: Devota a Nossa Senhora, jovem paga o ex-voto com as cores da Santa



Fonte: Acervo do autor, 2015.

O ex-voto é a denominação erudita onde podem ser emoldurados milagres e promessas. São ofertas feitas aos santos em que o indivíduo tem devoção ou principalmente indicados por alguma pessoa que conseguiu uma graça ou milagres pedidos, como um depoimento público de gratidão. Eram muito empregados na Antiguidade Greco-Romana, apesar de sua origem ser desconhecida, compreende-se que foi difundido em torno do ano 2000 a.C. (MACIEL, 2005). Nos centros de perambulação religiosa, nos santuários e igrejas, os ex-votos localizados são do mais variados como, por exemplo, pés, mãos e cabeças esculpidos, cabelos, joias, fotografias, óculos e até vestidos de noiva (SABBATINI, 2005).

Dentre as demonstrações de fé, dos fiéis do Morro da Conceição estão: se ajoelhar, se emocionar, rezar em voz alta ou silenciosamente, acender suas velas, outros carregam tijolos nas cabeças, alguns usam mortalhas, outros percorrem o caminho que o separa da imagem da Santa, se arrastando pelo chão, como se fossem uma cobra. Bem como, ir ao Morro agradecer as bênçãos da Santa vestindo as cores, azul e branca usada por Nossa Senhora da Conceição são formas utilizadas pelos fiéis para pagar suas promessas.

Figura 12: Uma situação corriqueira no ex-voto do Morro é se ajoelhar



Fonte: Acervo do autor, 2015.

De acordo com Melo (2008), os aportes do legado Beltraniano, foram o pioneirismo e a validade da folkcomunicação, assinalando também as transformações e inovações ocorridas nos estudos dos últimos anos, uma vez que após quatro décadas de acúmulo de conhecimentos, é essencial revisar criticamente quais modificações ocorreram na disciplina, na prova de descobrir quais os elementos que permanecem inabaláveis no período, quais as transformações evidentes e quais as convergências prognosticadas pelas novas gerações que ofereceram conservação às ideias originais de Beltrão.

Segundo Fernandes, Freitas e Leal (2012) nas recentes investigações em folkcomunicação consistem em análises críticas, interpretativas e descritivas com o objetivo de entender as imbricações, apropriações, assimilações, ressignificações sobrevivendo do encontro entre cultura popular e cultural da massa, assim nomeadas pelos estudiosos vinculados a essa teoria.

Com o passar dos anos, as pesquisas embasadas na teoria seminal de Beltrão vem se moldando com o mundo contemporâneo globalizado. Pois, os pesquisadores da folkcomunicação perceberam o quão estão conectados o global e o local. Uma vez que dificilmente uma manifestação cultural ou social é tão pura que não seja híbrida, ou seja, misturada.

2.10 Folkmídia

A nomenclatura folkmídia é utilizada como um sinônimo de folkcomunicação, sendo cada vez mais frequente no mundo todo, a interação entre a folkcomunicação e os meios de comunicação de massa, ou seja, a uso de subsídios provenientes do folclore pela mídia como o emprego de elementos da comunicação de massa pelos comunicadores populares. Com isso, a concepção de folkmídia tem o objetivo de expandir a cultura folk com todo o seu olhar crítico e humorístico a um público que não tem entendimento ou acesso em relação à cultura popular. Na verdade, esse procedimento adéqua uma permuta de informações entre culturas, contendo a comunicação um papel indispensável e irrevogável (SOUZA, 2003).

Melo, Luyten e Branco (2002), abordam o conceito de folkmídia, devido aos gestores em comunicação das indústrias midiáticas, conhecerem a importância habituais nas tradições do consumo cultural em conjunturas populares, em tratar, observar, identificar e recolher signos e composições adaptados de monitorar o aparecimento de novas obras midiáticos. Com isso, combinam-se a cultura popular, produzindo-lhe tratamento massivo, de maneira a resguardar e ampliar suas audiências e ganhos.

Figura 13: A mídia presente na Festa do Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

A festa do Morro da Conceição é um exemplo da hibridização cultural, pois a mídia se utiliza para manifestar os costumes social e cultural de uma região. Por outro lado, os moradores da comunidade sabendo da “espetacularização” da festa do Morro da Conceição, aproveitam do evento em geral para vender mercadorias que vão desde produtos ligados à festa sagradas, bem como ligada a festa profana. Dessa forma, esses ingredientes tornam o evento do Morro, um excelente objeto de estudo folkcomunicação.

2.11 Mediações culturais

As mediações culturais estabelecem uma amostra ou perspectiva de concepção da relação entre meios de comunicação e cultura dentro de investigação de recepção. O conceito das mediações foi citado pela primeira vez pelo pesquisador Manel Martín-Serrano e, em seguida, por Jesús Martín-Barbero. Objetivo dos estudos de mediações é pesquisar os procedimentos de constituição do massivo por meio das modificações das culturas populares. Essa condução é devido à aproximação cultura/comunicação (TAUK SANTOS & NASCIMENTO, 2000).

Martín-Barbero, baseado em sua percepção de mediação, evidência que as mediações são pautadas diretamente com o processo de comunicação. Pois esse não se constitui de maneira simétrica e linear, o que existe é uma relação midiaticizada por conjunturas em que o processo comunicacional se institui. De acordo com Barbero três aspectos são essenciais para compreender a comunicação e a cultura: a sociabilidade que está relacionada com as práticas cotidianas de todos os indivíduos sociais na negociação do espaço de uns com os outros; a ritualidade que está atrelada com as rotinas que motivam de certa forma a produção de sentido e cultura que se dá por meio delas; a tecnicidade que é na esfera das tecnologias da informação através dos meios de comunicação, sendo a terceira esfera que desponta a mediação cultural (TAUK SANTOS & NASCIMENTO, 2000).

De acordo com Gómes (1997), as mediações culturais é uma teoria para ser avaliada pela pesquisa empírica, pois Martín-Barbero não organizou um conceito de mediações com termos mais sólidos. Com isso, Gómes indicou a classificação de quatro grupos nas mediações: a mediação individual que decorre da nossa individualidade enquanto agentes sociais, pertencentes a uma cultura; a mediação institucional que se manifesta através da participação do ser social em certas instituições como a igreja, a escola, a família, o trabalho; a mediação contextual se refere a todas as características que estão inseridas em um determinado contexto, como sexo, idade, ocupação; e a mediação massmediática que é a que provém do próprio meio, conglomerando a intencionalidade do emissor.

Através das mediações propostas por Gómes (1997), percebemos que esta pesquisa se enquadra nas quatro classificações proposta pelo teórico. Se não vejamos: a mediação individual na Festa do Morro emana na fé da religião católica. Devido ao caráter popular

do evento, inclusive sendo feriado municipal no Recife tamanha à proporção que acontecimento desperta na comunidade local; a mediação institucional ocorre também pelo fato da inclusão do agente social em um evento da igreja católica, igreja esta mais antiga do Brasil; a mediação contextual que é as características do evento, como por exemplo, o seu caráter popular fazendo com que a comunidade participe da festa seja para fins comerciais ou não; e a mediação mass midiática com a divulgação da Festa do Morro através das mídias de massa.

Figura 14: Repórter na Festa do Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

É preciso perceber que hoje os distintos suportes tecnológicos não se excluem, mas, se aperfeiçoam em procedimentos de inter e multi relacionamentos, instituindo a precisão do que se apreende por convergência midiática. Dessa maneira, a sociedade midiática se elucida não tão-somente pela presença marcante e conclusiva de tecnologias de comunicação, porém também no seu recinto da qualificação do tecido social. Não só satisfaz à técnica, é indispensável prosseguir para as linguagens e processos em que ela se constitui no tempo e no recinto de relações sociais sólidas. Entender cultura como o ambiente das práticas sociais é apreender essas práticas como o recinto em que as relações sociais adquirem sentido. Isso implica entender cultura como o espaço das significações sociais, apreciação que ultrapassa dimensões antecedentes que restringiam cultura a normas, valores e costumes ou as prestações simbólicas que combatia cultura à civilização (SOUZA, 2006).

Não podemos avaliar a recepção sem ponderar essas extensões de exclusão que hoje continuam vivas na nossa sociedade, por mais que as mudanças tenham ocorrido.

Qualquer que seja a expressividade, em modos informacionais, se modifica em ruído. A expressividade popular é o ruído que não tem conseguido abordar nos estudos da comunicação da América Latina. Há bom arranjo de nossa cultura popular que exclusivamente entra como ruído como dificuldade à informação. Por isso, notar a recepção sugere questionar o ruído não apenas em termos negativos (MARTÍN-BARBERO, 2002).

Apesar da cobertura da Festa do Morro pela mídia massiva despertar direta e indiretamente, a atenção dos fiéis católicos, dos fiéis de outras religiões, bem como os indivíduos sem religião, nem sempre a notícia interessa a todos. E quando interessa pode ocorrer uma não compreensão total da notícia pelo público. No meio jornalístico, o ruído que dizer que a mensagem propagada pelo emissor foi uma e o entendimento do receptor (público) foi outra. Dessa forma, é fundamental para os meios de comunicação de massa fundamentar as notícias na forma mais coloquial possível, sem perder a norma culta da língua portuguesa. Isso porque, se a informação não for compreendida pelo público, logo ela perderá a importância da notícia para a sociedade. E essa sem dúvida, é a principal preocupação na teoria da mediação cultural.

2.12 O Jornal do Commercio

O Jornal do Commercio foi um dos jornais objeto de análise em 1996, no livro *Belém a Bagé: imagens midiáticas do natal brasileiro*, com a organização dos pesquisadores José Marques de Melo e Waldemar Luiz Kunsch como decorrência do projeto da Rede Nacional de Pesquisa Comparativa “Imagens midiáticas do Natal de 1996”. As imagens natalinas do Jornal do Commercio foram comparadas com outras imagens de diversos jornais do Brasil pelo fato do Jornal ter a maior tiragem e magnitude de distribuição em Pernambuco, bem como o impacto do jornal por ser o veículo formador de opinião pública (AMARAL, 1999).

Durante a 111ª Festa de Nossa Senhora da Conceição realizada entre os dias 29 de novembro a 8 de dezembro de 2015, o Jornal do Commercio realizou uma ampla cobertura sobre o evento. Para começar, a foto de primeira capa do jornal foi relacionada aos 10 dias de festividades do evento que começou no domingo 29 de novembro. Já no caderno de cidades do mesmo jornal, é abordada a Procissão da Bandeira cerimônia essa que da início as festividades do Morro. Como novidade no evento de 2015 que teve como

tema “Maria, Reflexo da Divina Misericórdia”, a modernização e ampliação do veleiro para atender melhor os fiéis da Santa.

Figura 15: Edição do dia 29 de novembro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Na segunda feira, 30 de Novembro de 2015, a capa do Jornal do Commercio mais uma vez teve como tema a Festa de Nossa Senhora da Conceição.

Figura 16: A capa principal do Jornal do Comércio estampa a Festa do Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Dessa vez, a cobertura do evento foi para a capa dois do jornal com o título “Maratona de fé no Morro vai até o dia 8 de novembro”. Na reportagem são relatados, os testemunhos de fé dos fiéis que teve como percurso cerca de dois quilômetros que saiu do Sítio da Trindade, passando pelas Ruas: Padre Lemos, Pedro Alain e cruzando a Avenida Norte, Largo Dom Luiz, Rua Itacoatiara, até chegar à praça da Conceição, onde fica a imagem da Santa, em Casa Amarela, Zona Norte do Recife.

Figura 17: os caminhos da fé



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Nos dias 1, 2, 3 terça, quarta e quinta respectivamente, não foram feitas nenhuma referência sobre a Festa de Nossa Senhora da Conceição, no Jornal do Commercio.

Na sexta feira, 4 de dezembro, o relato do jornal foi voltado para a proliferação do mosquito *Aedes Aegypti* transmissor da dengue, Zika Vírus e a Chikungunya. A 111ª Festa de Nossa Senhora da Conceição foi marcada pela preocupação da prefeitura do Recife e Arquidiocese de Olinda e Recife que em parceria com as 193 agências do Banco do Brasil, em Pernambuco e o Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria de Pernambuco (SINDIPÃO) disponibilizaram informativos com a importância no combate ao mosquito.

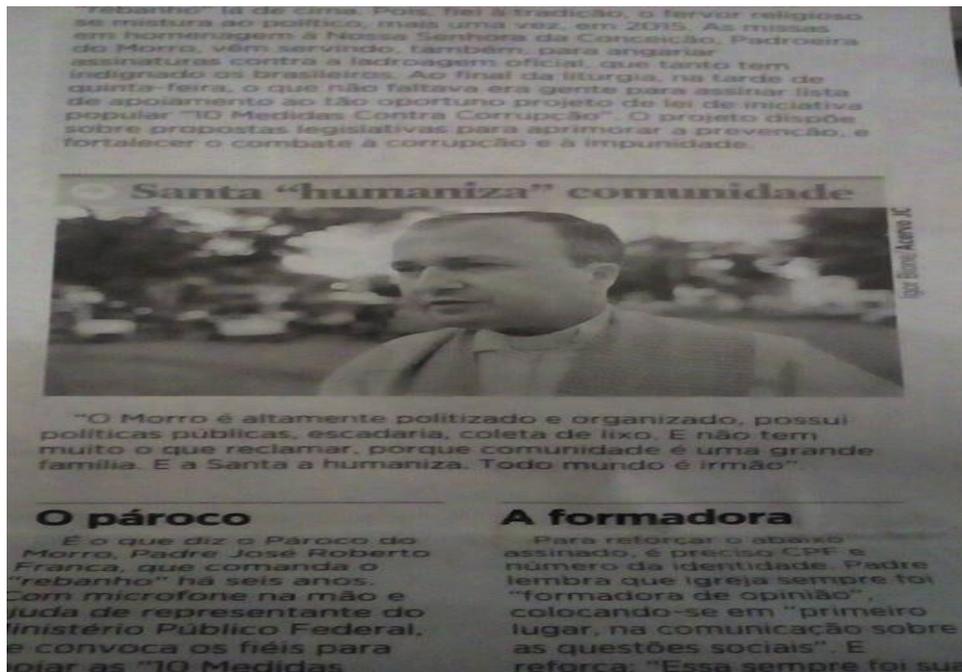
Figura 18: Todos contra o *Aedes Aegypti*



Fonte: Acervo do autor, 2015.

No dia 5 de dezembro, o sábado, a segunda página do caderno de Cidades, do *Jornal do Comercio* traz à tona o debate da fé que os fiéis têm por meio de Deus e em Nossa Senhora da Conceição como uma forma de capital simbólico contra a corrupção na política brasileira. Essa união dos moradores é uma maneira de arregimentar forças por uma localidade mais justa e digna socialmente.

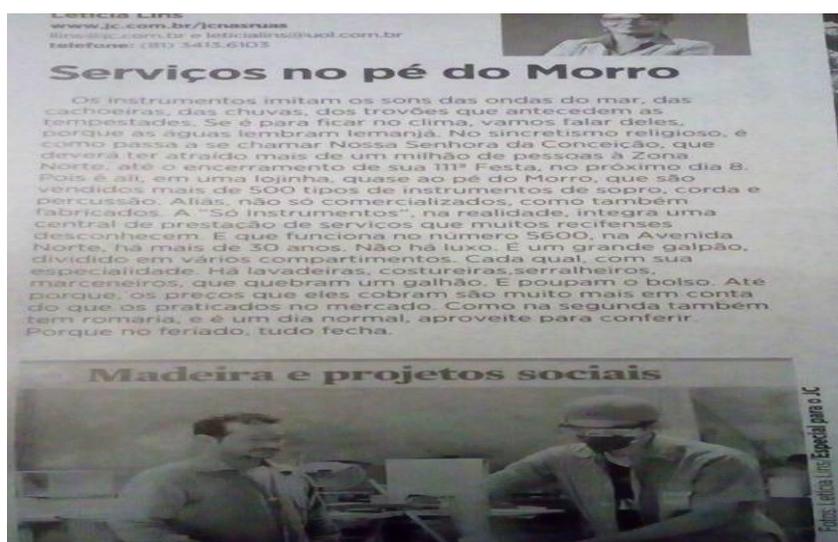
Figura 19: A politização no Morro da Conceição



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Já no domingo 6 de dezembro, na coluna Letícia Lins, no caderno de cidades do Jornal do Commercio foi abordado um dos temas mais importantes da Festa de Nossa Senhora da Conceição que é o comércio localizado na comunidade do Morro. Isso porque, um galpão com vários compartimentos agregando diversos tipos de profissionais tais como: lavadeiras, costureiras, serralheiros e marceneiros. O espaço que fica localizado, na Avenida Norte, número 5600, foi inaugurado ainda no mandato do ex-prefeito Gustavo Krause entre 1979 e 1982 com objetivo de incentivar a geração de emprego e renda. Até hoje a prefeitura paga pela luz e água do estabelecimento.

Figura 20: O comércio do Morro



Fonte: Acervo do autor, 2015.

No dia 7 de dezembro foi relatada no Jornal do Commercio, mais uma vez no caderno de cidades a devoção de fé dos fiéis de Nossa Senhora da Conceição. Bem como a restauração da imagem da Santa realizada em 2015. O investimento de R\$ 390 mil doado pelo Real Hospital Português e pelo Armazém Coral. Uma camada de tinta que foi aplicada, sendo as cores reavivadas. Bem como, o ouro foi inteiramente restaurado, com a reaplicação das folhas de ouro e toda a base de pedra novamente foi recuperada, uma vez que estava bastante quebrada com as próteses em cimento que ficavam expostas.

Figura 21: A reestruturação da Santa



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Não há outro assunto que desperte mais atenção do público e da mídia pernambucana no dia 8 de dezembro que a Festa de Nossa Senhora da Conceição. E em 2015, a terça-feira no Recife foi bastante movimentada. Isso porque, milhares de fiéis que chegam de outros municípios de Pernambuco, bem como também moradores de outros Estados do Brasil estiveram no Morro mais famoso do Recife para adorar e louvar a Santa. Com isso, o Jornal do Commercio realiza uma série de reportagens, desde a prestação de serviço como a quantidade de transporte público, a segurança, entre outros temas. Além disso, é contada um pouco da história da padroeira do Morro e as peregrinações de fé dos devotos. Em 2015, a principal novidade no evento foi o decreto assinado pelo Arcebispo de Olinda e Recife, Dom Fernando Saburido, que torna a Paróquia do Morro da Conceição, em o Santuário de Nossa Senhora da Conceição.

Figura 22: O dia de Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Acervo do autor, 2015.

3. REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Deise.; BRANDÃO, Sylvana. Santuário de nossa senhora da conceição e o processo de romanização. In: III Colóquio de História- Brasil; 120 Anos de República, 3, 2009, Recife. **Anais...** Recife: Universidade Católica de Pernambuco, 2009. p. 198-209.

AMARAL, Sueli Angélica do. **O natal da mídia brasileira**. 1999. Disponível em: < <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/994/897>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

ABRAMOVAY, Ricardo. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. **Economia Aplicada**, São Paulo, n. 2, v. 4. p.379-384. Abr/jun 2000.

BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BERGER, Peter. A dessecularização do mundo: **uma visão global**. 2000. Disponível em: < http://www.iser.org.br/religioesociedade/pdf/berger21.1_2000.pdf >. Acesso em: 31 jul. 2015.

BORDA, Orlando Fals. Espaços para os povos. In: **Globalização e fé**. Tradução: Carlos Valero. Bauru, SP: EDUSC, 2000. Pags 41-64.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Os deuses do povo: um estudo sobre a religião popular**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

BRANT, Leonardo. Políticas culturais. Barueri: Manole, 2002.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: **ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde**. 2004. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

CANCLINI, Nestor García. Introdução das culturas populares. **As Culturas Populares no Capitalismo**. Tradução: Cláudio Coelho. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983. p. 42-56.

CERDEIRA, José Pedro. **O valor da confiança na definição da cultura organizacional: algumas considerações gerais**. 2010. Disponível em: < http://www.exedrajournal.com/docs/N3/08A-Jose-Pedro-Cerdeira_pp_125-134.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2015.

CEVASCO, Maria Eliza. **As Dez Lições Sobre os Estudos Culturais**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

CURADO, Olga. A notícia na TV. São Paulo: Alegro, 2002.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna. A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna (orgs). Planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. 2 ed. Porto Alegre: ARTMED, 2006.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografia dos Estudos Culturais** – uma versão latino-americana. Belo Horizonte, Autentica, 2001.

ERBOLATO, Mario. **Técnicas de decodificação em Jornalismo**. São Paulo: 1991.

FRANCO, Augusto. **Pobreza & Desenvolvimento Local**. Brasília: AED, 2002.

FERNANDES, Guilherme Moreira Fernandes; FREITAS, Isabela Mendes; LEAL, Paulo Roberto Figueira. Folkcomunicação e Estudos de recepção: aproximações teóricas e possibilidades metodológicas. In: **A folkcomunicação no limiar do século XXI**. FILHO, Boanerges Balbino Lopes; FERNANDES, Guilherme Moreira; COUTINHO, Iluska; MENDES, Marise Pimentel; OLIVEIRA, Maria José. (orgs.). Juiz de Fora: EFJF, 2012. Págs. 173-188.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. México, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 1997.

GALINDO, Daniel. Religião e mercado: a competitividade das igrejas no ponto de venda. In: XIV Jornadas sobre alternativas religiosas em América Latina Religiones / Culturas, 15, 2007, Buenos Aires. **Anais...** Buenos Aires: Universidad Nacional de San Martinde, 2007. p. 1-21.

GUARESCHI, Pedrinho (Org.). Comunicação e controle social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

GUTTILLA, Rodolfo. A casa do santo e o santo de casa: **um estudo sobre a devoção a São Judas Tadeu do Jabaquara**. São Paulo: Landy, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 4 ed. Rio de Janeiro. DP&A, 2000.

HOHFELDT, Antônio. Contribuições aos estudos acadêmicos de comunicação social. In: MARQUES DE MELO, José. TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Luiz Beltrão: **Pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária da UEPB; INTERCOM, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE CIDADES**. Disponível em: < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=261160>>. Acesso em: 21 dez. 2014.

JARA, Carlos J. **A sustentabilidade do desenvolvimento local**. 1998. Disponível em: < <http://repiica.iica.int/docs/B1128p/B1128p.pdf>. >. Acesso em: 31 jul. 2015.

JESUS, Paulo de. Desenvolvimento Local. In Cattani, A David. (org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Editora Vaz Editores, 2003.

JORNAL DO COMMERCIO. **Arquivos do IML recontam história de tragédia no morro da conceição**. Disponível em: <
<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/policia/noticia/2015/04/11/arquivos-do-impl-recontam-historia-de-tragedia-no-morro-da-conceicao-176372.php>>. Acesso em: 15 dez. 2015.

KUNCZICK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: Norte e Sul. São Paulo: Edusp, 2001.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura - Um Conceito Antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: Manual de Metodologia da Pesquisa em ciências Humanas. Editora UFMG, Belo Horizonte, 1999. Reimpressão 2007. p 85-127.

LEININGER, Madeleine. **Qualitative research methods in nursing**. Orlando: Grune & Stratton, 1985.

MACIEL, Betania. O ex-voto como objeto folkcomunicativo e sua representação na Meca do Catolicismo Rústico no Juazeiro do “Padim Ciço”. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ- Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005. p.1-15.

_____. **A ética da diferença**: distribuição de bens e de oportunidades na produção do conhecimento científico. In: III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO, 2011, Covilhã. **Anais...** Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2011.

_____. Folkcomunicação e desenvolvimento local. In: **A folkcomunicação no limiar do século XXI**. FILHO, Boanerges Balbino Lopes; FERNANDES, Guilherme Moreira; COUTINHO, Iluska; MENDES, Marise Pimentel; OLIVEIRA, Maria José. (orgs.). Juiz de Fora: EFJF, 2012. Págs. 43-51.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América latina e os anos recentes: o estudo de recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media,1972 In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Luiz Beltrão**: Pioneiro dos estudos de Folkcomunicação no Brasil, s.d. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/luizbeltrao.biografias.htm>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

MELO, José Marques de.; LUYTEN, Joseph M.; BRANCO, Samantha Castelo. **Imagens Norte-Sul do Carnaval. Estudo de um fenômeno brasileiro de folk-mídia**. 2002. Disponível em: < <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/panam/MarquesdeMelo.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2014.

MINAYO, Maria Cecília de S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 5 ed. São Paulo: Hucitec, 2000. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

MORIGI, Valdir. Festa Junina: hibridismo cultural. **Caderno de Estudos Sociais**, Recife, v. 18, n. 2, p. 251-265, jul. 2002.

MORRO DA CONCEIÇÃO. **A festa**. Disponível em: < <http://festamorrodaconceicao.blogspot.com.br/p/a-festa.html> >. Acesso em: 15 dez. 2015.

MOURA, Jamerson Kemps Gusmão. **Nossa Senhora e o Morro da Conceição**: história, igreja e comunidade católica em encontros e desencontros. Recife: UFPE, 2008. 140 p. Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.

PAGLIOTO, Bárbara Freitas.; CUNHA, Alexandre Mendes. Criatividade como liberdade: A relação entre cultura e desenvolvimento. In: BOLANÕ, César Ricardo Siqueira (Org.). **Cultura e desenvolvimento**: reflexões à luz de Furtado. Salvador: Edufba, 2015.

PAULA, Eline Silva de. Percepção ambiental do manejo dos resíduos sólidos no bairro do Morro da Conceição – Recife/PE. . Recife: UFPE, 2012. **Dissertação** – Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. Jornalismo e representações sociais: perspectivas teóricas e metodológicas. **Revistas intexto**. Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 12, p. 1-12, janeiro/junho 2005.

PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE. **IBGE CIDADES**. Disponível em: < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=261160>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social - Métodos e Técnicas**. 3ª edição. São Paulo, Atlas, 2008.

SABBATINI, Marcelo. **O museu de ex-votos de Padre Cícero**: um olhar museológico sobre o turismo religioso em Juazeiro do Norte. 2005. Disponível em: < <http://www.sabbatini.com/marcelo/artigos/2005-sabbatini-folkcom.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2014.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura?** São Paulo: Brasiliense, 2006.

SANTOS, Maria Sallet Tauk; NASCIMENTO, Marta Rocha do. Desvendando o mapa noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção. **Acesso Aberto em Ciências da Comunicação**. São Paulo, n.5, 2000.

SEVERO, Bruna Meireles. **A imprensa e seus efeitos sobre a audiência**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2007.

SILVEIRA, Denise Tolfo.; CÓRDOBA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. In: **Métodos de pesquisa**. GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. (orgs.). Porto Alegre: UFRGS, 2009. Págs. 31-42.

SOUZA, Maria Isabel Amphilo Rodrigues de. **A indústria cultural e a folkmídia**. 2003. Disponível em: < <http://www2.metodista.br/unesco/GCSB/industria.pdf> >. Acesso em: 28 ago. 2015.

SOUZA, Mauro Wilton de. Desvendando o mapa noturno análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção. In SOUZA, Mauro Wilton de (org.). **Recepção Mediática e Espaço Público**. São Paulo: Paulinas, 2006.

TAUK SANTOS, Maria Salett. Receptores imaginados: os sentidos do popular. **Signos do Consumo**. São Paulo, v.1, n.1, p. 119. 2009.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: **Porque as Notícias São como São**. Florianópolis: Insular, 2ª edição, 2005.

_____. **Jornalismo: questões, teorias e <estórias>**. 2. ed. Lisboa: Vega Editora, 1999. 360 p.

VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo, audiência e ética**. 2002. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf> >. Acesso em: 20 nov. 2015.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL
E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**FORMULÁRIO PARA PESSOAS QUE SE APROPRIAM DA FESTA DO MORRO
COMO FONTE DE TRABALHO E RENDA**

NOME:
IDADE:
PROFISSÃO:
MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA:

01) Você tem religião?

- Sim
 Não

02) Qual a sua religião?

- Católica
 Evangélica
 Espírita
 Umbandista
 Outra: _____

03) Você é devota de Nossa Senhora da Conceição?

- Sim
 Não

04) Você sempre comercializa produtos voltados aos devotos de Nossa Senhora da conceição?

- Sim
- Não

05) Para você a festa do Morro é?

- Um evento
- Uma religião
- Uma família
- Uma fonte de renda
- Outra: _____

06) Qual foi o máximo que você já faturou na festa do Morro?

- R\$ 1 a R\$ 1,000
- R\$ 1001 a R\$ 2,000
- R\$ 2001 a R\$ 3,000
- R\$ 3,001 a R\$ 4,000
- Outra: _____

07) O que te mais chama a atenção na Festa do Morro para que você comercialize os seus produtos?

- A paixão
- O tamanho
- O fanatismo
- O consumismo
- Outra: _____

08) Você pretende comercializar ano que vem os seus produtos na Festa do Morro?

- Sim
- Não

09) Você considera à festa do Morro, a festa religiosa mais importante de Pernambuco?

- Sim
- Não

10) Você comercializa produtos em alguma outra festa religiosa em Pernambuco?

- Sim Qual? _____
- Não



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL
E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**QUESTIONÁRIO PARA PESSOAS DEVOTAS EM NOSSA SENHORA DA
CONCEIÇÃO**

NOME:
IDADE:
PROFISSÃO:
MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA:

1) Com que faixa etária você começou a gostar da religião católica?

- () Na infância
- () Na adolescência
- () Na maior idade
- () Na terceira idade

2) Quem lhe fez gostar do catolicismo?

- () Você mesmo
- () Família
- () Amigo
- () Outra: _____

3) Nossa Senhora da Conceição é sua padroeira favorita?

- () Sim Motivo? _____
- () Não

4) Você participa a Festa do Morro desde?

- A infância
- A adolescência
- A maior idade
- A terceira idade

5) Você já pagou alguma promessa a Nossa Senhora da Conceição?

- Sim
- Não

6) Você pagou promessa por qual benção conquistada?

- Um emprego
- Um agradecimento pela sua saúde ou de algum parente seu
- Um livramento
- Um agradecimento pelos estudos
- Outra: _____

7) Como você pagou a promessa?

- Com uma fotografia
- Se vestindo nas cores de Nossa Senhora da Conceição
- Subindo o Morro de Joelhos
- Outra: _____

08) Para você a Festa do Morro é?

- Apenas um evento religioso
- Um momento de fé
- Outra opção: _____

09) Você se considera um/uma católica presente?

- Sim
- Não

10) Com que frequência você vai à Morro da Conceição durante o ano?

- Uma vez ao ano
- Mais de uma vez ao ano

11) Você se sente bem recepcionado pelos moradores do Morro da Conceição?

- Sim
- Não

12) Você pretende voltar à Festa do Morro ano que vem?

Sim

Não

13) Você sempre compra produtos à Festa do Morro?

Sim Qual? _____

Não

14) Você tem algum outro Santo ou alguma outra Santa que você gosta tanto quanto Nossa Senhora da Conceição?

Sim Qual? _____

Não

FOLKCOMUNICAÇÃO E A FESTA DO MORRO NO JORNAL DO COMMERCIO: O MORRO DA CONCEIÇÃO E SUA PLURALIDADE NA CULTURA PERNAMBUCANA PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

BRITO, João Gabriel da Silva²
MACIEL, Betania³

RESUMO

Catolicismo, fé, cultura, economia, desenvolvimento. Todas estas são características do Morro da Conceição, situado na zona norte, do Recife, em Pernambuco. Desde a implementação da imagem de Nossa Senhora da Conceição, em 1904, o morro se tornou um dos locais mais plurais da cultura pernambucana. Nesses mais de 100 anos, da imagem da santa no Morro, muita coisa mudou no local. Para uma melhor compreensão sobre essa realidade do local buscamos verificar a visão da mídia de massa sobre a Festa do Morro da Conceição, por meio do Jornal do Commercio no período de realização do evento entre os dias 29 de novembro a 8 dezembro de 2015. E com isso, indentificar processos folkcomunicacionais na festa para interpretar quais as modificações sociais e profissionais proporcionadas pelo evento. A pesquisa tem uma abordagem qualitativa para interpretar a situação local. Além disso, a pesquisa foi obtida através da análise de conteúdo, pois é um conjunto de artifícios de análise das comunicações que utiliza algarismos metódicos e objetivos de exibição do conteúdo das mensagens.

PALAVRAS CHAVE: Catolicismo, Cultura, Desenvolvimento Local, Morro da Conceição, Jornal do Commercio.

ABSTRACT

Catholicism, faith, culture, economy, development. These are all Morro da Conceição features, located in the north of Recife, Pernambuco. Since the implementation of the image of Our Lady of Conception, in 1904, the hill became one of the plural locations of Pernambuco culture. In over 100 years, the holy image on the hill, much has changed on site. For a better understanding of the reality of the place we seek to verify the mass media view of the Morro da Conceição Party, through the Jornal do Commercio in the event period from 29 November to 8 December 2015. And thereby indentificar folkcomunicacionais processes at the party to interpret which social changes and professional provided by the event. The research has a qualitative approach to interpreting the local situation. In addition, the research was obtained from the content analysis, it is a set of analysis of communications devices using methodical digits and display goals of message content.

KEY WORDS: Catholicism, Culture, Local Development, Morro da Conceição, Jornal do Commercio

² Mestre do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local-Posmex, UFRPE. Email: jgmano@hotmail.com

³ Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local-Posmex, UFRPE. E-mail: betaniamaciel@gmail.com

INTRODUÇÃO

O catolicismo é um tema que sempre desperta a atenção da sociedade, independentemente, se o indivíduo é católico ou não. No Brasil, por exemplo, o catolicismo chegou com “o descobrimento do país” pelos portugueses, pois Portugal é uma das nações com mais devotos católicos no mundo.

Dentre os Santos do catolicismo se encontra Nossa Senhora da Imaculada Conceição. Que é a virgem Maria, mãe de Jesus. No Brasil, Nossa Senhora da Conceição já foi à padroeira do país devido à devoção dos colonizadores portugueses, mas com a descoberta da Virgem Maria de cor negra, que é conhecida Nossa Senhora Aparecida, essa última se tornou padroeira do Brasil até os dias atuais.

Em Recife, no Estado de Pernambuco, Nossa da Conceição não é só a padroeira da comunidade, mas também a comunidade tem o seu nome. O Morro da Conceição é situado na Zona Norte, do Recife. Segundo os moradores mais antigos do local, a imagem de Nossa Senhora da Conceição está no local desde o cinquentenário do dogma da Imaculada Conceição no Brasil em 1904. Isso porque, um grupo de marinheiros salvou-se do afogamento e como pagamento da promessa, esses homens decidiram levar uma imagem de Nossa Senhora da Conceição, ao Morro mais alto do Recife.

Passados 111 anos, o Morro da Conceição passou por grandes transformações, seja ordem estrutural, organizacional e nominal (como veremos mais adiante). Entretanto, ao longo desses mais de 100 anos de história, o Morro da Conceição jamais perdeu seu caráter popular. Essa essência de feita pelo povo e para o povo é bastante presente até hoje no local.

O período comemorativo da Festa de Nossa Senhora da Conceição tem início no dia 29 de novembro, com a realização da Procissão da Bandeira. E finalizando as festividades dia 8 de dezembro, momento esse da procissão da imagem, dia esse dedicado à Nossa Senhora da Conceição, sendo feriado municipal em Recife

No período de realização da Festa de Nossa Senhora da Conceição, o comércio sofre um grande aquecimento. Isso porque, milhares de pessoas de Pernambuco e até mesmo devotos de outros Estados do Brasil buscam louvar e adorar a imagem da Santa.

Em parceria com a Prefeitura do Recife e diversas vezes com o patrocínio de empresas privadas, comerciantes formais e informais, utilizam a Festa do Morro como uma forma de fonte de renda. Contribuindo assim, para o desenvolvimento do setor comerciário do Morro e das ruas adjacentes da comunidade.

Diante dessa conjuntura, a visão de Jara (1998) sobre o desenvolvimento local se solidifica, pois a valorização da região é uma maneira fundamental na busca do empoderamento para o desenvolvimento local que tem como finalidade a colaboração e a contribuição recíproca das instituições e dos agentes da localidade, que alteram os valores locais e os recursos, em bens de trabalho e renda.

Todas as realidades sociais, econômicas e religiosas dos moradores do Morro são veiculadas pela mídia de massa, sobretudo no período da Festa do Morro. Notícias sobre o evento, como chegar ao local, a segurança não só dos moradores da localidade, mas de todos que sobem o Morro da Conceição, além de informações sobre os serviços disponibilizados na localidade estão sempre entre os assuntos debatidos na mídia.

Para Curado (2002), a notícia é de fundamental relevância para a sociedade. A importância de um acontecimento é ponderada pelo jornalista, que analisa se o fato é notícia e necessita ser divulgado. A sociedade tem a notícia através da mídia, devido às coberturas dos eventos.

Esses fatos nos levam a idealizar que a apropriação do contexto popular da Festa de Nossa Senhora da Conceição, pela mídia de massa pode motivar na compreensão de procedimentos comunicacionais que atualmente está intrincado entre o “local” e o “global” no mundo contemporâneo. Pois o local também se utiliza do global, para se promover e assim, torna-se igualmente conhecido fora da localidade.

Este estudo teve como objetivo analisar a Festa do Morro da Conceição por meio de pesquisa *in loco*, bem como através do Jornal do Commercio, a propagação folkcomunicacional no evento e como a festividade contribui para o desenvolvimento local.

A pesquisa foi realizada pelo método de pesquisa etnográfico, com abordagem qualitativa que entre as propriedades tem: objetivação do fenômeno; hierarquização dos atos em descrever, entender, explicar, a exatidão das relações entre o local e o global em determinado fenômeno; observação das diversidades entre o mundo natural e o mundo social; consideração ao caráter interativo dentre os objetivos almejados pelos investigadores, busca por resultados mais autênticos possíveis; aversão ao pressuposto que acoberta um modelo singular de pesquisa para qualquer ciência (SILVEIRA & CORDOBÁ, 2009).

Avaliando a não evidência e a não transparência da realidade, o estudo qualitativo precisa entrar no interior de suas margens, necessitando a abertura e flexibilidade do pesquisador para novas formulações, assim como na mobilização de conhecimentos agregados. Por outro lado, no campo da pesquisa qualitativa, não há subjetividade limite à edificação de conhecimentos científicos. Além disso, nesse tipo de enfoque, atende-se a subjetividade parte complementar da particularidade do fenômeno social (MINAYO, 2002).

De acordo com Leininger (1985), a etnografia, no seu significado mais extenso, pode ser determinada como uma maneira sistemática de observar, descrever, detalhar, analisar e documentar o modo de vida ou padrões característicos de uma cultura, para compreender a sua maneira de viver no seu ambiente natural.

Apesar da pesquisa ser qualitativa, também utilizamos o método quantitativo na pesquisa, pois há o emprego da quantificação seja nos modos de coleta de informações ou também no tratamento delas através de técnicas estatísticas. Representa inicialmente o objetivo de garantir a exatidão dos resultados, evitar erros de interpretação e análise, possibilitando, uma margem de segurança em relação às inferências. É geralmente utilizado nos estudos descritivos, em que buscam descobrir e classificar por meio das variáveis, assim como nos estudos que é analisado a relação entre fenômenos (RICHARDSON, 2008).

A observação in loco nos remeteu a receptividade que os moradores locais têm para receber os devotos da Santa. Sempre há alguém para dar algum tipo de informação ao “turista” do Morro.

Para avaliar o contexto estudado realizamos a revisão de literatura, em seguida aplicamos um dos instrumentos de coleta de dados que é o formulário. Segundo Marconi e Lakatos (2003), formulário é o contato direto entre pesquisador e entrevistado, sendo o roteiro de perguntas completado pelo pesquisador na ocasião da entrevista. Dessa forma, utilizamos o formulário e de forma aleatória entrevistamos 20 fiéis de Nossa Senhora da Conceição e 20 comerciantes que fazem do evento uma forma de ganhar dinheiro.

A faixa etária dos vendedores entrevistados na Festa do Morro da Conceição varia dos 20, aos 57 anos. Essas pessoas têm as mais variadas profissões como, por exemplo: ambulante, pedreiro, recepcionista, empregada doméstica, estudante, estofador, dona de casa, telefonista, artesã, funcionário público. Boa parte da dessas pessoas moram no Morro da Conceição, mas há também aqueles que não residem na comunidade. Como no caso daqueles que moram em: Jabotão dos Guararapes, Paulista, Olinda, Juazeiro do Norte, no

Ceará e Canindé localizado na Microrregião de Canindé, Mesorregião do Norte Cearense e também conhecida como a cidade da fé, devido à religiosidade da cidade.

Com relação à maneira de identificação dos entrevistados foi decidido que seria por meio de código de letras. Ambulante A; Ambulante B, Ambulante C, Ambulante D, Ambulante E. Devoto A; Devota B, Devota C, Devoto D, Devota E. Essa decisão foi adotada em virtude da preservação da identificação das falas dos entrevistados, após um pedido dos mesmos que se sentem “envergonhados” em terem seus nomes revelados em pesquisas. Já outros entrevistados autorizaram o uso das imagens (fotografias) que foram feitas durante a pesquisa de campo.

Baseamos-nos também na análise de conteúdo que para Bardin (2009), enquanto método se torna um conjunto de artifícios de análise das comunicações que emprega algarismos metódicos e objetivos de exposição do conteúdo das mensagens. Essa técnica pode ser utilizada em distintas áreas de estudo. Em relação à deste presente estudo, o focaremos na abordagem comunicacional. Pois está pesquisa além de analisar os moradores e os ambulantes da festa do Morro da Conceição por meio de formulário, como já foi explicitada, este estudo também tem como finalidade avaliar a visão da mídia de massa sobre a Festa do Morro da Conceição, através do Jornal do Commercio no período de realização do evento que foi do dia 29 de novembro a 8 de dezembro de 2015. Dessa forma, o método de análise de conteúdo tem duas vertentes: de um lado a linguística tradicional e no outro a interpretação no sentido das palavras (CAMPOS, 2004).

REFERENCIAL TEÓRICO

Desde a colonização do Brasil, o catolicismo foi um alicerce para o ideário expansionista português. Dessa maneira, a Igreja Católica se tornou uma das colunas da constituição da sociedade brasileira. Vale ressaltar que o catolicismo no Brasil expôs duas vertentes. De acordo com Guttilla (2006), um catolicismo “tradicional”, espalhado pelo clero secular e um catolicismo “reformado”, agenciado pelo clero regular. O primeiro catolicismo permanecia imbuído em uma “dimensão medieval”, que dava posse aos santos de domínios sobrenaturais que consentiam o desempenho desses na vida terrena, constituindo entre o devoto e o santo em uma relação familiar; já o segundo almejava aproximar os métodos religiosos brasileiros dos rituais romanos, eliminando assim, o modo místico do primeiro. Esse movimento de retificação do catolicismo brasileiro com as determinações de Roma é chamado de romanização.

A romanização é um processo que surgiu no século XVI, porém apenas se consolidou na metade do século XIX, com o ajuda dos conceitos centralizadores do Concílio Vaticano I, que além de reforçar os ideais do Concílio de Trento, “determinará a doutrina de infalibilidade papal como pressuposto da igreja” (ALBUQUERQUE & BRANDÃO, 2009).

É nessa conjuntura de reforma católica que por meio do entrelaçamento com Roma tem início a devoção a Nossa Senhora da Imaculada Conceição. Isso porque, o Dogma da Imaculada Conceição da Virgem Maria foi expresso em 8 de dezembro de 1854, pelo Papa Pio IX, por meio da Bula *Ineffabilis Deus*, que alega a santidade da Virgem Maria desde concepção dela, tendo a mesma sido liberta do pecado (MORRO DA CONCEIÇÃO, 2015).

A “Festa do Morro”, como é conhecida, surgiu no início da comemoração do cinquentenário do dogma da Imaculada Conceição no Brasil em 1904, ano esse que foi implantado o monumento à Nossa Senhora da Conceição. O período comemorativo tem início no dia 29 de novembro, quando é realizada a Procissão da Bandeira. Bandeira essa referente à Nossa Senhora da Conceição. No dia 8 de dezembro, ocorre a procissão da imagem, dia esse dedicado à Nossa Senhora da Conceição. A partir disso, a data se tornou feriado municipal em Recife (MORRO DA CONCEIÇÃO, 2015).

Segundo Durkheim (2003), as sociedades se desenvolveram com o tempo. Dessa forma, dogmas e conceitos acabaram separando o humano da divindade. O autor observou que a prática litúrgica varia em cada sociedade, porém quase que como uma regra, nem sempre os comportamentos profano e sagrado estão atrelados. Mas, através de análises ritualísticas de forma específica, o teórico constatou que, ao se tentar buscar um desligamento em relação ao que representa o profano, o indivíduo sempre estará condicionado a ter uma ligação entre profano e o sagrado.

Já Brandão (1986) defende que, devido a encontrar em torno do território do terreno, o indivíduo sempre poderá ter ações conjuntas tanto no profano e o sagrado. A religião popular ofereceu isto: a fé, mas também a festa do Santo, com fiéis e danças e, nas horas profanas, depois da obrigação, com álcool, a possessão dos espíritos dos mortos, dos orixás e de seus protegidos sobrenaturais; a possessão do Espírito Santo; a possessão do outro eu.

As festas religiosas estão cada vez mais presentes nas culturas contemporâneas. Uma vez que esses eventos despertam a atenção de vários fiéis. Mas afinal de contas o que é cultura? E por que a festa do Morro da Conceição estar atrelado com essa faceta popular?

Cultura está relacionada com a caracterização da existência social de uma nação, povo ou grupos de uma determinada sociedade. Com isso, podemos ponderar sobre a cultura francesa ou a cultura xavante. Assim como também falamos na cultura camponesa ou na cultura dos remotos astecas. Dessa forma, cultura se refere a realidades sociais bem diversificadas. Entretanto, a definição em que se tem de cultura é a mesma: concepção e organização da vida social ou os seus aspectos materiais (SANTOS, 2006).

Com o passar dos anos os costumes culturais vão se “atualizando”, devido ao processo de globalização. São mudanças nas formas de se vestir, bem como de aquisição de mercadorias que não se tinha outrora. Produtos eletrônicos como tablets, smartphones, ou até mesmo mercadorias provenientes do processo de hibridização cultura popular e hegemônica, como nos casos das joias, sapatos e roupas. Na festa do Morro da Conceição, por exemplo, há esse processo híbrido, uma vez que os comerciantes da localidade se utilizam da imagem da Santa para comercializar seus produtos.

Há uma necessidade nos estudos das culturas populares na busca na estrutura de conflitos entre a cultura popular e hegemônica, além da integração, a interpenetração, o encobrimento, a dissimulação e o amortecimento das contradições sociais. Dessa forma, a produção cultural é o trabalho das classes populares em ocasiões de exploração e de libertação (CANCLINI, 1983).

O popular se reformula como uma atitude múltipla representativa dos fluxos culturais que reivindicam uma intercomunicação massiva permanente. Ou seja, o popular não mais deve ser percebido como oposto ao massivo, porém como uma maneira de atuar nele (TAUK SANTOS, 2009).

Em eventos de tamanha magnitude como a Festa do Morro da Conceição, a comunidade local tende a se mobilizar, juntamente com os empresários e o poder público. Essa arregimentação na literatura é chamada de desenvolvimento local.

Segundo Paulo de Jesus (2003), o desenvolvimento local é o procedimento de relação das pessoas e instituições no intuito de mudança na maneira de produzir e distribuir os produtos de forma que traga o bem-estar social mediante a valorização dos recursos da região. É necessário convencer esses indivíduos sobre a importância na solidariedade da ação coletiva, como fator fundamental na apropriação do desenvolvimento local.

A região comumente é pensada através dos costumes locais e da valorização da cultura e, por meio do processo de articulação e do intercâmbio social (ABRAMOVAY, 2000). Com isso, a valorização da região é uma forma importante na procura do empoderamento para o desenvolvimento local que tem como objetivo a cooperação e a

contribuição mútua das instituições e dos indivíduos local, que transformam os recursos e os valores locais, em bens de trabalho e renda. Além disso, na sociedade capitalista e globalizada contemporânea, a comunidade precisa movimentar sua potencialidade endógena, gerenciá-las de maneira estratégica, integrada com o mercado (JARA, 1998).

Para a efetivação da Festa do Morro, tendo-se em conta todas as obrigações necessárias para o evento, institui-se na comunidade toda uma infraestrutura informal e institucional que dê suporte ao evento. Como por exemplo, a prefeitura da cidade se apresenta tanto como colaboradora, quanto como coordenadora do festejo. Isso porque, há uma presença constante de guardas municipais e viaturas, além da presença de funcionários da vigilância sanitária municipal na fiscalização das diversas frações do comércio informal.

Para Franco (2002), o desenvolvimento local estabelece uma estratégia que beneficia a conquista da sustentabilidade, na forma em que rege a edificação de comunidades sustentáveis. Procedimento esse que beneficia como ressalta Jara (1998), a participação dos atores locais na constituição de uma nova cidadania, que abrange o bem-estar econômico, a preservação ambiental, a identidade cultural, a equidade social e o suprimento das necessidades humanas básicas.

É preciso levar em consideração o seguinte: cultura, catolicismo, Nossa da Conceição, Festa do Morro, desenvolvimento local... O que seria da sociedade sem a informação? Como seria do indivíduo se não soubesse o que acontece ao seu próprio redor? Sem o conhecimento a pessoa se tornaria um agente crítico e consciente dos seus direitos e deveres perante a sociedade? Qual o papel das notícias na sociedade? Saberíamos da Festa do Morro sem as notícias a respeito do evento? Mas o que é notícia? Estes são alguns dos questionamentos que nos fazem refletir sobre a importância da comunicação na sociedade.

De acordo com Curado (2002), a notícia é o acontecimento que tem importância para a sociedade. A relevância de um fato é avaliada pelo jornalista, que pondera se o acontecimento é notícia e carece ser divulgado. O público tem o conhecimento da notícia por meio da mídia, com as coberturas dos eventos e os furos de reportagens. Essa interação com os fatos serve não somente para ter o conhecimento dos acontecimentos do dia, porém, sobretudo, para colocar o receptor da notícia na conjuntura histórica, bem como demonstrar em que dimensões a realidade será comprometida pela ocorrência. A notícia desponta como os fatos se ocorreram, identifica personalidades, situa geograficamente

onde aconteceram ou ainda estão ocorrendo, apresenta as suas circunstâncias, e os posiciona, em uma conjuntura histórica para dar-lhes aspecto e noção da sua magnitude e dos seus significados. Boa parte dos indivíduos compram jornais para ver as notícias. Como por exemplo, na festa do Morro da Conceição que muita gente compra os jornais, especialmente do Recife para saberem das informações a respeito do evento.

Na preparação do seu texto, o jornalista utiliza métodos de seleção e combinação, por unidades que articuladas, se transformam em mensagens. Esse trabalho operacional não se dá exclusivamente no âmbito restrito do código, pois o sujeito se confronta com outros códigos de que confere também para a construção de suas unidades discursivas (VIZEU, 2002).

Na sociedade midiática, o despertar a atenção precede ao possível procedimento comunicacional, mensageiro de conteúdos tais como propriedades e benefícios que tragam uma demanda por resoluções de carências das mais distintas ordens, neste fato específico pela procura do sagrado, do sobrenatural, do místico, das soluções proporcionadas em pacotes formatados para acolher os distintos segmentos como proclama o marketing como modo de distinção em relação a um grupamento acirrado e competidor no sentido de proteger sob sua flâmula o maior rebanho possível de fiéis. (GALINDO, 2007).

A mídia por sua inclinação e, especialmente, por sua capacidade de estabelecer os seus princípios e normas de comportamento a outras esferas, como analisa Bourdieu (2003), tem cooperado com inúmeras alterações ou incorporações de identificações no Brasil.

Mas por que a festa de Nossa Senhora da Conceição desperta tanta atenção dos fiéis católicos mobilizando o Estado de Pernambuco e tem pouca repercussão na mídia massas em muitos Estados do Brasil? Se analisarmos a teorias de Erbolato (1991) e Wolf (1995) percebemos que o fato de ter uma comunidade com o nome da Santa, bem como um templo e uma imagem 5,5 metros de altura, entenderemos que o critério de noticiabilidade de proximidade faz com que a Festa do Morro seja tão propagada na mídia local. Além disso, a festa já faz parte dos festejos culturais do Recife com o festejo das festas sagradas e profanas do evento.

Não há como saber de uma informação se ela não for divulgada. Na festa do Morro, por exemplo, a proliferação do mosquito *Aedes Aegypti* transmissor da *dengue*, da *chikungunya* e do *zika* vírus preocupou os órgãos públicos. Logo, não se teria tamanha

divulgação do caso para os milhares de devotos de Nossa Senhora da Conceição, se não fosse divulgado pela mídia. O jornalista é justamente esse porteiro da notícia.

Traquina (2005) ressalta que o processo de produção da notícia acontece por uma série de escolhas, por distintos caminhos gates. Os caminhos são preferências do jornalista (gatekeeper) que define se a notícia ocorre ou para naquele momento.

Traquina (1999) expõe que jornalistas não são apenas observadores passivos, porém participantes ativos na ação da construção da realidade. Dessa forma, as notícias não devem ser vistas como surgindo dos episódios do mundo real, pois as notícias ocorrem na conjugação de fatos e de textos. Enquanto a ocorrência indica a notícia, a notícia indica a ocorrência.

É preciso que ocorra uma precaução especial com o público receptor das notícias, esta é certamente mais uma das inquietações do gatekeeper. Dessa forma, cada mídia distorce ou formata de maneira involuntária a notícia para que se alcance a atenção do público alvo. Através disso, pode-se determinar o *gatekeeper* como aquele que produz o que será informação e o que não será. Essa ideia, porém pressupõe que o leitor não tenha acesso na fonte do *gatekeeper*, que ele tão-somente reconheça a notícia através do olhar do *gatekeeper*.

A envergadura de influência da mídia massiva a respeito do conhecimento do que é noticiado se transforma segundo os temas tratados. Em alguns meios de comunicação o grau de influência é maior ou menor. A diferença se dá pelas notícias mais influenciáveis que às notícias menos influenciáveis. Dessa forma, quanto menor for o conhecimento direto que os indivíduos têm de um determinado assunto, mais a experiência penderá da mídia de massa, para se alcançarem os conhecimentos e os quadros representativos desse tema. Como por exemplo, as pessoas não precisam da mídia massiva para saber sobre o aumento dos preços de um determinado produto. Essas condições, quando acontecem, envolvem a vida diária dos agentes sociais.

Segundo com McCombs e Shaw (1972), a apreciação mais sucinta, ao primeiro estudo empírico da agenda *setting*, é estabelecido por Cohen em 1963, embora a imprensa, na maioria das vezes, possa não ser bem satisfatória ao sugerir aos indivíduos como pensar, é admiravelmente eficaz na forma como indica aos seus leitores a respeito do que pensar.

Severo (2007) expõe que a importância de um tema também precisa ser ponderada a partir da insegurança da pessoa sobre ele. Em diversas ocasiões, os indivíduos já têm todo o conhecimento que almejam sobre o tema e, com isso, o grau de dúvidas é pequeno.

Dessa forma, esses agentes sociais não dão atenção para as notícias, porém aproveitam a mídia para monitorar a acontecimento sobre qualquer alteração no estado inicial.

No fim do século XX, a cultura de massa ganhou força com o aumento da indústria cultural, que passou a trabalhar como elemento na ação de modernização dependente. Com o estouro dos meios de comunicação, haveria se encerrado o ciclo global do aparelho cultural, podendo-se até ponderar em um Patrimônio Cultural da Humanidade. Entretanto, nesse procedimento de construção cultural há povos que hoje são exclusivamente passivos consumidores (PAGLIOTO & CUNHA, 2015).

Em 1967, em sua tese de doutorado, na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, o pernambucano Luis Beltrão expôs a primeira teoria em comunicação desenvolvida por ele e chamada por Folkcomunicação com o objetivo de investigar como a sociedade se informava, aprendia e conduzia seus conhecimentos sem o uso de um veículo da mídia de massa (MELO, 2008).

Segundo Hohlfeldt (2008), Luiz Beltrão optou por uma teoria capaz de dar conta daquele contexto por ele estudado, evidenciando o valor dos estudos em folkcomunicação para as teorias brasileiras, sobretudo em comunicação. O autor distingue a folkcomunicação como a “comunicação de resistência” e ressalta sua natureza no campo interdisciplinar, por estabelecer concomitantemente apelo às distintas áreas não apenas das ciências sociais, em aproximações equitativas e horizontais, mas também multidisciplinar.

De acordo com Marques de Melo (s.d.), foi através da pesquisa dos ex-votos, analisado pelos sociólogos, antropólogos e folcloristas, entretanto pouco estudado pelos comunicólogos que Luis Beltrão estabelece as bases folkcomunicacionais. Uma vez que a teoria institui a relação das expressões populares e primitivas, aos contingentes comunicacionais estabelecidos pela mídia massiva, como “retransmissores ou decodificadores” das mensagens propagadas dos segundos. Uma lógica presente na atualidade, pelo fato das relações que se formam entre o “local” e o “global” no mundo contemporâneo.

O ex-voto é a denominação erudita onde podem ser emoldurados milagres e promessas. São ofertas feitas aos santos em que o indivíduo tem devoção ou principalmente indicados por alguma pessoa que conseguiu uma graça ou milagres pedidos, como um depoimento público de gratidão. Eram muito empregados na Antiguidade Greco-romana, apesar de sua origem ser desconhecida, compreende-se que foi difundido em torno do ano 2000 a.C. (MACIEL, 2005). Nos centros de perambulação religiosa, nos santuários e igrejas, os ex-votos localizados são do mais variados como, por

exemplo, pés, mãos e cabeças esculpidos, cabelos, jóias, cabelos, fotografias, óculos e até vestidos de noiva (SABBATINI, 2005).

Segundo Fernandes, Freitas e Leal (2012) nas recentes investigações em folkcomunicação consistem em análises críticas, interpretativas e descritivas com o objetivo de entender as imbricações, apropriações, assimilações, ressignificações sobrevivendo do encontro entre cultura popular e cultural da massa, assim nomeadas pelos estudiosos vinculados a essa teoria.

A nomenclatura folkmídia é utilizada como um sinônimo de folkcomunicação, sendo cada vez mais freqüente no mundo todo, a interação entre a folkcomunicação e os meios de comunicação de massa, ou seja, a uso de subsídios provenientes do folclore pela mídia como o emprego de elementos da comunicação de massa pelos comunicadores populares. Com isso, a concepção de folkmídia tem o objetivo de expandir a cultura folk com todo o seu olhar crítico e humorístico a um público que não tem entendimento ou acesso em relação à cultura popular. Na verdade, esse procedimento adéqua uma permuta de informações entre culturas, contendo a comunicação um papel indispensável e irrevogável (SOUZA, 2003).

Melo, Luyten e Branco (2002), abordam o conceito de folkmídia, devido aos gestores em comunicação das indústrias midiáticas, conhecerem a importância habituais nas tradições do consumo cultural em conjunturas populares, em tratar, observar, identificar e recolher signos e composições adaptados de monitorar o aparecimento de novas obras midiáticas. Com isso, combinam-se a cultura popular, produzindo-lhe tratamento massivo, de maneira a resguardar e ampliar suas audiências e ganhos.

Martín-Barbero, baseado em sua percepção de mediação, evidência que as mediações são pautadas diretamente com o processo de comunicação. Pois esse não se constitui de maneira simétrica e linear, o que existe é uma relação mediatizada por conjunturas em que o processo comunicacional se institui. De acordo com Barbero três aspectos são essenciais para compreender a comunicação e a cultura: a sociabilidade que está relacionada com as práticas cotidianas de todos os indivíduos sociais na negociação do espaço de uns com os outros; a ritualidade que está atrelada com às rotinas que motivam de certa forma a produção de sentido e cultura que se dá por meio delas; a tecnicidade que é na esfera das tecnologias da informação através dos meios de comunicação, sendo a terceira esfera que desponta a mediação cultural (SANTOS & NASCIMENTO, 2000).

É preciso perceber que hoje os distintos suportes tecnológicos não se excluem, mas, se aperfeiçoam em procedimentos de inter e multi relacionamentos, instituindo a precisão

do que se apreende por convergência midiática. Dessa maneira, a sociedade midiática se elucidada não tão-somente pela presença marcante e conclusiva de tecnologias de comunicação, porém também no seu recinto da qualificação do tecido social. Não só satisfaz à técnica, é indispensável prosseguir para as linguagens e processos em que ela se constitui no tempo e no recinto de relações sociais sólidas. Entender cultura como o ambiente das práticas sociais é apreender essas práticas como o recinto em que as relações sociais adquirem sentido. Isso implica entender cultura como o espaço das significações sociais, apreciação que ultrapassa dimensões antecedentes que restringiam cultura a normas, valores e costumes ou as prestezas simbólicas que combatia cultura à civilização (SOUZA, 2006).

Não podemos avaliar a recepção sem ponderar essas extensões de exclusão que hoje continuam vivas na nossa sociedade, por mais que as mudanças tenham ocorrido. Qualquer que seja a expressividade, em modos informacionais, se modifica em ruído. A expressividade popular é o ruído que não tem conseguido abordar nos estudos da comunicação da América Latina. Há bom arranjo de nossa cultura popular que exclusivamente entra como ruído como dificuldade à informação. Por isso, notar a recepção sugere questionar o ruído não apenas em termos negativos (MARTÍN-BARBERO, 2002).

Apesar da cobertura da Festa do Morro pela mídia massiva despertar direta e indiretamente, a atenção dos fiéis católicos, dos fiéis de outras religiões, bem como os indivíduos sem religião, nem sempre a notícia interessa a todos. E quando interessa pode ocorrer uma não compreensão total da notícia pelo público. No meio jornalístico, o ruído quer dizer que a mensagem propagada pelo emissor foi uma e o entendimento do receptor (público) foi outra. Dessa forma, é fundamental para os meios de comunicação de massa fundamentar as notícias na maneira mais coloquial possível, sem perder a norma culta da língua portuguesa. Isso porque, se a informação não for compreendida pelo público, logo ela perderá a importância da notícia para a sociedade. E essa sem dúvida, é a principal preocupação na teoria da mediação cultural.

O Jornal do Commercio foi um dos jornais objeto de análise em 1996, no livro *Belém a Bagé: imagens midiáticas do natal brasileiro*, com a organização dos pesquisadores José Marques de Melo e Waldemar Luiz Kunsch como decorrência do projeto da Rede Nacional de Pesquisa Comparativa “Imagens midiáticas do Natal de 1996”. As imagens natalinas do Jornal do Comércio foram comparadas com outras imagens de diversos jornais do Brasil pelo fato do Jornal ter a maior tiragem e magnitude

de distribuição em Pernambuco, bem como o impacto por ser o veículo formador de opinião pública (AMARAL, 1999).

HISTÓRICO DO MUNICÍPIO DO RECIFE-PE

Tornando-se à capital de Pernambuco, em 1827, o Recife é um município com diversos fatos históricos do Brasil. Pois, a cidade nasceu numa apertada faixa de areia resguardada por uma linha de arrecifes que constituía um ancoradouro. Em 1537, a Vila do Recife é registrada oficialmente. Em 1630, Olinda, então capital de Pernambuco, é destruída pelos holandeses. Porém, os holandeses se puseram nas terras baixas do Recife, uma vez que o sítio de Olinda beneficiaria aos seus interesses comerciais e militares. Dessa maneira, soldados, colonos, habitantes de Olinda e judeus começaram a ocupação da Vila do Recife (PREFEITURA DO RECIFE, 2015). De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), o cálculo populacional do município em 2015 foi de 1.617.183 e contabiliza uma área territorial de 218,435 km², com densidade demográfica de 7.039,64 (hab/Km²).

MORRO DA CONCEIÇÃO

De acordo com o último censo realizado pelo IBGE, em 2010 (PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE, 2015), a população residente no Morro da Conceição (comunidade situada na zona norte do Recife) é de 10.182 habitantes, com a área territorial de 38 km² e a densidade demográfica de 265,24 (hab/Km²). Sendo a população feminina maior que a população masculina. Elas são 5.459 representando 53,61%. Já eles são 4.723, o que representa 46,39% da população do bairro.

Por faixa etária no Morro da Conceição são: de 0 – 4 anos são 634 habitantes, representando 6,23% da população local. De 5 – 14 anos são 1.595 habitantes, sendo 15,66%. Dos 15 – 17 anos 520 habitantes, representando 5,11% dos habitantes do local. De 18 – 24 são 1.246 habitantes, resultando em 12,24% da população. Dos 25 – 59 são 5.046, representando 49,56 da população do Morro. E 60 anos em diante, são 1.141 habitantes, resultando 11,2% da população local (PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE, 2015).

No Morro da Conceição 30,45% da população é ou se considera branca. Já 10,48% são negros. Os pardos são 57,73% da população. Os que se consideram amarelos são 1,

01 % da população local. E os indígenas são 0,33 da população do bairro (PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE, 2015).

No Morro da Conceição 91, 2 % da população são alfabetizadas. A Taxa Média Geométrica de Crescimento Anual da População entre os censos de 2000/2010 é 0.04 %. Média de moradores por domicílio (habitante/domicílio): 3,4 %. A proporção de mulheres responsáveis pelo domicílio (%): 50,19. E o valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios: R\$ 1.127,11 (PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE, 2015).

Atualmente, o Morro da Conceição conta uma linha de ônibus, com mesmo nome, com ida e volta para comunidade até o centro da cidade. Os tempos de saída duram em média 20 minutos e os ônibus dificilmente saem lotado, o que torna perceptível notar que as pessoas concentram suas atividades no próprio morro, através do comércio informal, e nas escolas, igrejas e outras instituições. Na praça central há maior conglomerado de atividades. Nela se situa a paróquia da igreja católica, local esse onde são realizadas as atividades dos distintos grupos concentrados à matriz paroquial.

PERFIL DOS AMBULANTES NA FESTA DO MORRO

Entre os comerciantes entrevistados 100% afirmaram ter religião, desses 90% se dizem católicos e 10% disseram serem evangélicos. Dentre os entrevistados 90% são devotos de Nossa Senhora da Conceição, outros 10% não. Já em relação à comercialização dos produtos, 100% disseram que todo ano vendem produtos na festa do Morro. Segundo 40% dos comerciantes afirmam terem faturado entre R\$ 1 a R\$ 1 mil, na Festa do Morro; já 30% declararam terem faturado entre R\$ 1.001 a R\$ 2.000; outros 10% afirmaram terem faturado entre R\$ 2,001 a R\$ 3,000; R\$ 3,000 a 4,000 e outro valor, respectivamente. O ambulante A já foi mais além: “Já faturei mais de R\$ 6 mil, na Festa do Morro. Nesse dia, quase que faltou mercadorias na minha barraca, pois vendo quadro, imagens e almofadas de Nossa Senhora da Conceição”.

Para 50% dos comerciantes entrevistados a Festa do Morro é um evento religioso e os outros 50% é apenas mais uma fonte de renda. Quem endossa essa estatística de que a Festa do Morro é mais uma fonte de renda é o ambulante B: “Sou funcionário público. Não tenho tempo de ter uma vida contínua como ambulante. Por isso, a Festa do Morro é uma forma de ganhar dinheiro”.

Na opinião de 80% dos entrevistados, o que mais chama atenção no evento para que eles comercializem os seus produtos é a paixão dos fiéis por Nossa Senhora da

Conceição, já para os outros 20% é o tamanho da festa. Perguntados se pretendem comercializar os produtos no ano que vem na Festa do Morro, 100% dos comerciantes disseram que sim, pois 100% dos comerciantes afirmaram que a Festa do Morro é o evento religioso mais importante de Pernambuco. A Ambulante C nos confidenciou que: “Se Deus quiser ano que vem estou aqui de novo. Moro em João Pessoa, na Paraíba e acho que só na terra do ‘Padim Ciço’(sic), as pessoas consomem tantos produtos religiosos como aqui na Festa do Morro”. Para se ter uma ideia no que a Festa do Morro proporciona ao comércio, até as cadeiras para os fiéis acompanharem as missas é uma forma de fonte de renda. É cobrada uma taxa de R\$ 2 por missa para que os devotos de Nossa Senhora da Conceição acompanhem as missas sentados. A Ambulante D disse que a ideia surgiu quando: “A missa campal não tem cadeiras para as pessoas sentarem. Com isso, eu e alguns companheiros com autorização da Prefeitura do Recife e da arquidiocese de Olinda e Recife conseguimos levar as cadeiras”.

O interessante da pesquisa é que 70% dos entrevistados foram categóricos em afirmar que não comercializam os seus produtos em outros eventos religiosos do Estado de Pernambuco. Já outros 30% disseram que sim, pois vendem seus produtos justamente na festa de Nossa Senhora do Carmo, a padroeira do Recife comemorado na cidade em 16 de julho. O Ambulante E declarou que: “Comercializo meus produtos religiosos na Festa do Morro e na Festa Nossa Senhora do Carmo. E sem dúvida, meu faturamento na Festa do Morro é três vezes maior que na festa da padroeira do Recife”.

Na Festa do Morro da Conceição são comercializados desde artigos religiosos como camisetas, fitas, pulseiras, quadros, almofadas, réplicas da imagem de Nossa Senhora da Conceição, entre outros produtos ligados à santa. Contudo, há também aqueles vendedores que não vendem produtos voltados às celebrações sagradas como, por exemplo, comidas e bebidas.

De acordo com Durkheim (2003), as sociedades se desenvolveram com o passar dos anos. Dessa maneira, conceitos e dogmas separou o humano da divindade. O teórico analisou que a prática litúrgica muda em cada sociedade, entretanto quase que como uma norma, nem sempre o procedimento sagrado e profano está conectado. Porém, por meio de análises ritualísticas de modo específico, o autor verificou que, ao procurar um desligamento em relação ao que concebe o profano, o indivíduo consecutivamente estará condicionado a ter uma ligação entre sagrado e o profano.

Por outro lado, para Brandão (1986) ao encontrar, o em torno do terreno, o indivíduo continuamente poderá ter ações ligadas tanto no profano, quanto no sagrado. A

religião popular proporcionou isto: a fé, porém também a festa do Santo, com fiéis e danças com o álcool.

PERFIL DOS DEVOTOS DE NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO

Em relação a fiéis de Nossa Senhora da Conceição, entrevistamos homens e mulheres com idade entre 21 e 76 anos. Dentre as ocupações que eles têm são: estudante, dona de casa, vendadora, taxista, bioquímica, operador de áudio, psicóloga, professor, funcionário público, comerciante, jornalista. Os devotos de Nossa Senhora da Conceição em sua grande maioria são do Recife. Mas também há aqueles que vão à festa do Morro de outros municípios de Pernambuco como, por exemplo: Olinda, Nazaré da Mata, Igarassu, Ipojuca. Ou até mesmo moradores de outros municípios fora de Pernambuco como Canindé e Juazeiro do Norte, no Ceará e Paço Fundo, no interior do Rio Grande do Sul.

Perguntados em qual faixa etária os fiéis de Nossa Senhora da Conceição se tornaram praticantes do catolicismo 95% afirmaram que foi ainda na infância e para 5% foi na fase adulta. De acordo com 70% dos entrevistados, a família foi a grande responsável para que eles se tornassem católicos, já 30% afirmaram que se tornaram por decisão própria. O interessante é que para 100% dos entrevistados Nossa Senhora da Conceição é a padroeira favorita, pois todos foram categóricos em afirmar que tudo que pedem, a santa cumpre e derrama bênçãos em suas vidas. O Devoto A nos confidenciou que: “Toda a minha família é devota de Nossa Senhora da Conceição. Costumamos dizer lá em casa que o amor pela santa é passado de geração para geração na nossa família. Pois tudo que a pedimos, ela nos concede. Temos muita fé nela”. Segundo 60% dos entrevistados disseram que participam da Festa do Morro desde a infância, 10% na adolescência e 30% na fase adulta.

De acordo com 90% dos entrevistados disseram já terem pago promessa a Nossa Senhora da Conceição, outros 10% disseram que ainda não pagaram promessa à Santa. Segundo 60% dos entrevistados alegaram que pagaram promessa à Santa devido a um agradecimento pela própria saúde ou pela saúde de um parente; 10% devido a um livramento que a Santa intercedeu em suas vidas, 20% declararam que foi em agradecimento pelos estudos e 10% dos entrevistados alegaram que foi pela conquista de outras bênçãos, como por exemplo, a conquista da casa nova. A devota B foi categórica ao afirmar que: “Todo ano eu e meu marido estamos aqui na Festa do Morro, para agradecer pela compra da nossa casa própria. A conquista do nosso imóvel foi uma bênção alcançada

pela fé em Nossa Senhora da Conceição”. Dentre os fiéis entrevistados, 20% disseram que pagaram a promessa vestindo as cores azul e branca de Nossa Senhora da Conceição, 10% subindo o morro de joelhos e 70% de outras maneiras, seja subindo o morro descalço ou acendendo velas. A devota C foi taxativa em declarar que: “Há mais de 10 anos, venho pagar a minha promessa pela cura de um câncer de mama que eu tinha a Nossa Senhora da Conceição. Só pago essa promessa me arrastando, pois a cura que Nossa Senhora me deu vale apenas todo esforço físico”.

Para 90% dos entrevistados a Festa do Morro é um momento de fé outros 10% apenas um evento religioso. Na pesquisa o que mais chamou atenção foi à pergunta. Se você se considera um católico praticante? 50% dos entrevistados disseram que sim, mas 50% disseram que não. Essa constatação ficou evidente quando perguntamos quantas vezes essas pessoas vão ao Morro no ano e justamente as pessoas que alegaram que não são católicos praticantes estão no Morro apenas uma vez no ano que é na Festa do Morro. Como corrobora o devoto D: “Moro em Ipojuca. Não dá para eu estar no Morro toda semana, por isso que venho ao Morro apenas durante a festa. Apesar de estar aqui apenas uma vez no ano, a minha fé em Nossa Senhora da Conceição é enorme”.

Todos, ou seja, 100% dos entrevistados foram unânimes em afirmar que sempre são bem recebidos pelos moradores do Morro da Conceição. Dessa forma, 100% dos entrevistados pensam em retornar à Festa do Morro no ano subsequente. Confidenciaram 90% desses entrevistados que sempre que vão à festa comprar alguma mercadoria. Seja: fitas, velas, escapulários, fitinhas, água, alimentos, entre outros produtos; apenas 10% dos entrevistados vão ao Morro e não compram nada. Por fim, perguntados se têm algum ou alguma, Santo ou Santa que gostam tanto quanto gostam de Nossa Senhora da Conceição 60% dos entrevistados afirmaram que não; Já 40% dos entrevistados têm outras preferências como, por exemplo: Nossa Senhora Sallet, Santa Mônica, São Jorge e Nossa Senhora Aparecida. A devota E disse gostar de outra padroeira do Recife: “Sou devota da padroeira do Recife, Nossa Senhora do Carmo. Mas tenho muita fé em Nossa Senhora da Conceição. Tenho muita fé tanto em Nossa Senhora do Carmo, como em Nossa Senhora da Conceição”.

As festas religiosas são cada vez mais presentes nas culturas atuais. Pois esses eventos despertam a atenção de vários devotos. De acordo com Santos 2006, a Cultura está atrelada com a distinção da existência social de um povo, nação ou grupos de uma sociedade. Dessa forma, podemos pensar sobre a cultura xavante ou a cultura francesa. Assim como também ponderamos na cultura camponesa ou na cultura dos astecas. Com

isso, a cultura se alude a realidades sociais bem distintas. Porém, a acepção em que se tem sobre cultura é a mesma: compreensão e organização da vida social e as suas feições materiais.

Com o desenrolar dos anos os costumes culturais vão se “modernizando”, com o processo de globalização. São transformações nas maneiras de se vestir, bem como na aquisição de produtos que não se tinha antes. Na festa do Morro da Conceição, por exemplo, existe esse processo híbrido, pois os comerciantes da localidade se aproveitam da imagem da Santa para vender produtos relacionados com Nossa Senhora da Conceição.

O popular se reformula como um costume múltiplo representativo dos fluxos culturais que reivindicam uma intercomunicação massiva constante. Ou seja, o popular não mais precisa ser compreendido como antagônico ao massivo, mas como uma forma de atuar nele (TAUK SANTOS, 2009).

O JORNAL DO COMMERCIO

Durante a 111ª Festa de Nossa Senhora da Conceição acontecida entre os dias 29 de novembro a 8 de dezembro de 2015, o Jornal do Commercio concretizou uma ampla cobertura sobre o evento. Assuntos como a proliferação do mosquito *Aedes Aegypti* transmissor da dengue, *Zika Vírus* e a *Chikungunyag* ganharam destaques na cobertura do jornal.

Outro assunto abordado pelo Jornal do Commercio foi o comércio situado na comunidade do Morro. Uma vez que há um galpão com distintos cômodos agregando vários tipos de profissionais tais como: lavadeiras, costureiras, serralheiros e marceneiros. O espaço que foi inaugurado ainda no mandato do ex-prefeito do Recife, Gustavo Krause entre 1979 e 1982 com a finalidade de impulsionar a geração de emprego e renda. Atualmente, a prefeitura paga pela luz e água do local.

O Jornal do Commercio trouxe à tona também, a discussão da fé que os devotos têm, em Nossa Senhora da Conceição como uma maneira de capital simbólico contra a corrupção na política brasileira. A união dos moradores é uma forma de associar forças por um local mais justo e digno socialmente. Além disso, a restauração da imagem da Santa realizada em 2015 foi noticiado pelo Jornal do Commercio.

Segundo Curado (2002), a notícia é o fato que tem valor para a sociedade. A importância de um acontecimento é avaliada pelo jornalista, que analisa se o caso é notícia

e se precisa ser divulgado. A sociedade tem o conhecimento da notícia através da mídia, com as coberturas dos eventos e os furos de reportagens.

Na sociedade midiática, o procedimento comunicacional, mensageiro de conteúdos como as propriedades e benefícios ocasiona uma ação por resoluções de carências das mais diversas ordens, que neste caso específico procura o sagrado, do sobrenatural, do místico (GALINDO, 2007).

A mídia por sua afeição e, sobretudo, por sua habilidade de estabelecer as suas normas e princípios de conduta a outras esferas, como pondera Bourdieu (2003), tem colaborado com diversas alterações ou incorporações de identidades no Brasil.

Traquina (2005) observa que o processo de produção da notícia ocorre por uma série de escolhas. Os caminhos são prioridades do jornalista (*gatekeeper*) que determina se a notícia acontece ou para naquela ocasião.

De acordo com McCombs e Shaw (1972), a análise mais sucinta, em relação ao estudo empírico da agenda setting, é constituída por Cohen em 1963, pois apesar da imprensa, geralmente, possa não ser bem satisfatória ao recomendar a sociedade como raciocinar, porém é consideravelmente eficaz na maneira como recomenda aos seus leitores a sobre do que pensar.

Não há outro tema que desperte mais atenção da sociedade e da mídia pernambucana, no dia 8 de dezembro em Pernambuco, quê o encerramento da Festa de Nossa Senhora da Conceição. Isso porque, milhares de fiéis que chegam de outros municípios de Pernambuco, bem como também moradores de outros Estados do Brasil vão ao Morro mais famoso do Recife para louvar e adorar a Santa. Dessa forma, o Jornal do Commercio concretiza uma série de reportagens, desde as prestações de serviços como: a quantidade de transporte público, a segurança, entre outros temas. Em 2015, a principal novidade da festa foi o decreto assinado pelo Arcebispo de Olinda e Recife, Dom Fernando Saburido, que tornou a Paróquia do Morro da Conceição, em Santuário de Nossa Senhora da Conceição.

Um das situações mais corriqueiras na festa do Morro e que sempre é propagada pelo Jornal do Commercio e qualquer outra mídia de massa é o pagamento de promessa, também conhecido como ex-voto como pode ser observado na figura 1.

Figura 1: A devoção no Morro da Conceição



Fonte: Acervo do autor, 2015.

Segundo Marques de Melo (s.d.), foi por meio da pesquisa dos ex-votos, estudado pelos antropólogos, sociólogos e folcloristas, porém pouco analisado pelos comunicólogos que Luis Beltrão instituiu as bases folkcomunicacionais. Pois, estabelece a relação das expressões primitivas e populares, aos contingentes comunicacionais constituídos pela mídia de massa, como “retransmissores ou decodificadores” das mensagens difundidas. Uma ideia presente atualmente, pois as relações se desenvolvem entre o “global” e o “local” no mundo contemporâneo.

O ex-voto é uma nomenclatura erudita onde podem ser enquadrados milagres e promessas. São ofertas realizadas para os santos em que o indivíduo conseguiu uma graça ou milagres, como uma manifestação pública de gratidão (MACIEL, 2005). Essas manifestações religiosas acabam por despertar o interesse da mídia.

Melo, Luyten e Branco (2002), trazem à tona o conceito de folkmídia, pois os gestores em comunicação das mídias de massa, sabem da importância das tradições do consumo cultural em contextos populares, em observar, identificar, tratar e recolher signos e composições voltados ao monitoramento de novas obras midiáticas. Dessa forma, convenciona-se a cultura popular, produzindo-lhe uma maneira massiva, de forma a resguardar, e expandir suas audiências e ganhos.

CONCLUSÃO

Realizar esta pesquisa sobre a Festa do Morro da Conceição foi um desafio. Isso porque, como é constatado ao longo desta pesquisa foi verificado que a padroeira do Morro

é a Santa que mais desperta o clamor dos devotos católicos e que também mais desperta o interesse midiático da mídia de massa pernambucana.

Através da pesquisa *in loco* podemos verificar, o quão a fé dos fiéis de Nossa Senhora da conceição estão nas mínimas coisas. Como por exemplo, acender uma vela para a santa como uma forma de agradecimento por alguma benção conquistada. Ou comprar uma fitinha comercializada na festa. Sem falar nas imagens, almofadas, calendários entre outros produtos com a imagem da santa vendida no local.

O interessante que apesar de Nossa Senhora da Conceição não ser a padroeira do Recife (Nossa Senhora do Carmo é a padroeira do Recife, comemorado dia 16 de julho), a santa é a que mais mobiliza o apelo dos seus devotos. Dessa forma, procuramos interpretar, o porquê de tamanha comoção da santa mesmo sem ela ser, a padroeira do Recife. Com isso, chegamos a duas conclusões: primeiro Nossa Senhora da Conceição é também conhecida como Iemanjá. Iemanjá é um orixá africano, sendo uma divindade das águas doces e salgadas. É também chamada no Brasil de Mãe d'água, Rainha do Mar, Sereia, Inaê, Aiucá. Segundo devido a imagem da Santa ficar situada no morro mais alto do Recife faz com que muitas pessoas busquem pagar as promessas subindo o morro de joelho, se arrastando, de costas e de preferências vestidos/as nas cores da santa, ou seja, azul e branco.

A pagação de promessa que na folkcomunicação é chamada de *ex-votos* é um dos temas mais debatidos pelos pesquisadores da folk. Essa demonstração de fé, de gratidão, de reconhecimento de benções conquistadas através do santo ou da santa sempre será válida para a folkcomunicação que tem como alicerce a propagação de algo por meio do folclore ou da cultura. Isso porque, como podemos observar ao longo desta pesquisa o catolicismo faz parte da cultura brasileira, ainda em tempos de “descobrimento” do Brasil colônia pelos portugueses. Entretanto, essa manifestação da fé por meio da cultura, e conseqüentemente, da religião católica nunca tinha sido analisada pelos pesquisadores das ciências humanas. O comunicólogo latino-americano Luiz Beltrão percebeu, o quão era necessário analisar essa vertente da cultura brasileira.

A propagação da fé por meio dos devotos católicos acabou por despertar o interesse da mídia de massa, uma vez que há uma grande concentração popular em devoção ao Santo ou a Santa. O Jornal do Commercio acabou por proporcionar uma cobertura completa sobre a Festa do Morro da Conceição. O jornal além de noticiar a devoção dos fiéis de Nossa Senhora da Conceição, conseguiu emplacar informações de alto interesse para a sociedade que foram desde: o acesso ao Morro, o poder da igreja católica no

combate à corrupção, a preocupação no combate à *Dengue*, *Chikungunya* e o *Zika Vírus*, além da geração de emprego e renda no local.

Sem dúvida, o mais interessante em pesquisar no Morro foi à união da comunidade em prol do evento. Encontramos pessoas que estavam no local apenas para ajudar. Essas pessoas voluntárias, em sua maioria deixaram os seus afazeres pessoais e profissionais para ajudar na organização do evento. Houve também, aqueles que lucraram com o evento. Indivíduos que muitas vezes estão desempregados e que aproveitaram a ocasião para levar o pão de cada dia para as suas famílias. E, por fim, diversas empresas privadas e até órgãos públicos de alguma forma também participaram da festa. Podemos constatar o processo de orquestração embasado na teoria do desenvolvimento local, em que cidadãos locais, empresas privadas e órgãos públicos se unem para a utilização da potencialidade endógena do local.

É válido ressaltar que essa arregimentação de forças da comunidade local não seria de tamanho sucesso se não fossem a fé dos devotos na santa. Esse é o ponto diferencial de Nossa Senhora da Conceição, em relação a outras padroeiras ou outros padroeiros, em Pernambuco. Há um clamor popular muito forte, em Pernambuco sobre a padroeira do Morro. Constatamos que boa parte dessa mistificação em relação, a Nossa Senhora da Conceição está atrelado com a propagação dos milagres concedidos pela santa difundidos pela mídia de massa. Com isso, observamos a importância do *gatekeeper* na sociedade contemporânea.

O Morro da Conceição é uma das localidades mais plurais da sociedade pernambucana, pois ela envolve: cultura, religião, economia, desenvolvimento, política, entre outros temas que mereceriam ter melhores análises, em pesquisas posteriores. Por fim, constatamos que apesar de qualquer dificuldade social, econômica, religiosa ou política que os moradores do Morro têm ou enfrentam percebemos que a união que moradores têm entre si, e a fé que os mesmos possuem na santa fazem deles agentes sociais cada vez mais fortes, nas resoluções de seus obstáculos.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. **Economia Aplicada**, São Paulo, n. 2, v. 4. p.379-384. Abr/jun 2000.
- ALBUQUERQUE, Deise.; BRANDÃO, Sylvana. Santuário de nossa senhora da conceição e o processo de romanização. In: III Colóquio de História- Brasil; 120 Anos de República, 3, 2009, Recife. **Anais...** Recife: Universidade Católica de Pernambuco, 2009. p. 198-209.
- AMARAL, Sueli Angélica do. **O natal da mídia brasileira**. 1999. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/994/897>>. Acesso em: 31 jul. 2015.
- BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Os deuses do povo: um estudo sobre a religião popular**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: **ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde**. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>>. Acesso em: 31 jul. 2015.
- CANCLINI, Nestor García. Introdução das culturas populares. **As Culturas Populares no Capitalismo**. Tradução: Cláudio Coelho. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983. p. 42-56.
- CURADO, Olga. A notícia na TV. São Paulo: Alegro, 2002.
- DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- ERBOLATO, Mario. **Técnicas de decodificação em Jornalismo**. São Paulo: 1991.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografia dos Estudos Culturais** – uma versão latino-americana. Belo Horizonte, Autentica, 2001.
- FRANCO, Augusto. **Pobreza & Desenvolvimento Local**. Brasília: AED, 2002.
- FERNANDES, Guilherme Moreira Fernandes; FREITAS, Isabela Mendes; LEAL, Paulo Roberto Figueira. Folkcomunicação e Estudos de recepção: aproximações teóricas e possibilidades metodológicas. In: **A folkcomunicação no limiar do século XXI**. FILHO, Boanerges Balbino Lopes; FERNANDES, Guilherme Moreira; COUTINHO, Iluska; MENDES, Marise Pimentel; OLIVEIRA, Maria José. (orgs.). Juiz de Fora: EFJF, 2012. Págs. 173-188.
- GALINDO, Daniel. Religião e mercado: a competitividade das igrejas no ponto de venda. In: XIV Jornadas sobre alternativas religiosas em América Latina Religiones / Culturas, 15, 2007, Buenos Aires. **Anais...** Buenos Aires: Universidad Nacional de San Martinde, 2007. p. 1-21.

GUTTILLA, Rodolfo. A casa do santo e o santo de casa: **um estudo sobre a devoção a São Judas Tadeu do Jabaquara**. São Paulo: Landy, 2006.

HOHFELDT, Antônio. Contribuições aos estudos acadêmicos de comunicação social. In: MARQUES DE MELO, José. TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Luiz Beltrão: **Pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária da UEPB; INTERCOM, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE CIDADES**. Disponível em: < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=261160>>. Acesso em: 21 dez. 2014

JARA, Carlos J. **A sustentabilidade do desenvolvimento local**. 1998. Disponível em: < <http://repiica.iica.int/docs/B1128p/B1128p.pdf>. >. Acesso em: 31 jul. 2015.

JESUS, Paulo de. Desenvolvimento Local. In Cattani, A David. (org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Editora Vaz Editores, 2003.

LEININGER, Madeleine. **Qualitative research methods in nursing**. Orlando: Grune & Stratton, 1985.

MACIEL, Betania. O ex-voto como objeto folkcomunicativo e sua representação na Meca do Catolicismo Rústico no Juazeiro do “Padim Cijo”. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ- Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005. p.1-15.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América latina e os anos recentes: o estudo de recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media, 1972 In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Luiz Beltrão: Pioneiro dos estudos de Folkcomunicação no Brasil**, s.d. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/luizbeltrao.biografias.htm>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

MELO, José Marques de.; LUYTEN, Joseph M.; BRANCO, Samantha Castelo. **Imagens Norte-Sul do Carnaval. Estudo de um fenômeno brasileiro de folk-mídia**. 2002. Disponível em: < <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/panam/MarquesdeMelo.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2014.

MINAYO, Maria Cecília de S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 5 ed. São Paulo: Hucitec, 2000. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

MORRO DA CONCEIÇÃO. **A festa**. Disponível em: < <http://festamorrodaconceicao.blogspot.com.br/p/a-festa.html> >. Acesso em: 15 dez. 2015.

PAGLIOTO, Bárbara Freitas.; CUNHA, Alexandre Mendes. Criatividade como liberdade: A relação entre cultura e desenvolvimento. In: BOLANÕ, César Ricardo Siqueira (Org.). **Cultura e desenvolvimento**: reflexões à luz de Furtado. Salvador: Edufba, 2015.

PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE. **IBGE CIDADES**. Disponível em: < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=261160>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social - Métodos e Técnicas**. 3ª edição. São Paulo, Atlas, 2008.

SABBATINI, Marcelo. **O museu de ex-votos de Padre Cícero**: um olhar museológico sobre o turismo religioso em Juazeiro do Norte. 2005. Disponível em: < <http://www.sabbatini.com/marcelo/artigos/2005-sabbatini-folkcom.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2014.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura?** São Paulo: Braziliense, 2006.

SANTOS, Maria Sallet Tauk; NASCIMENTO, Marta Rocha do. Desvendando o mapa noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção. **Revistas de Acesso Aberto em Ciências da Comunicação**. São Paulo, n.5, 2000.

SEVERO, Bruna Meireles. **A imprensa e seus efeitos sobre a audiência**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2007.

SILVEIRA, Denise Tolfo.; CÓRDOBA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. In: **Métodos de pesquisa**. GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. (orgs.). Porto Alegre: UFRGS, 2009. Págs. 31-42.

SOUZA, Maria Isabel Amphilo Rodrigues de. **A indústria cultural e a folkmídia**. 2003. Disponível em: < <http://www2.metodista.br/unesco/GCSB/industria.pdf> >. Acesso em: 28 ago. 2015.

SOUZA, Mauro Wilton de. Desvendando o mapa noturno análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção. In SOUZA, Mauro Wilton de (org.). **Recepção Mediática e Espaço Público**. São Paulo: Paulinas, 2006.

TAUK SANTOS, Maria Salett. Receptores imaginados: os sentidos do popular. **Signos do Consumo**. São Paulo, v.1, n.1, p. 119. 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e <estórias>**. 2. ed. Lisboa: Vega Editora, 1999. 360 p.

VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo, audiência e ética**. 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.