

Os líderes de opinião e a comunidade comunicante em uma Romaria

*Iury Parente Aragão¹
Jacqueline Lima Dourado (orientadora)²*

O Povo de Deus

O povo de Deus no deserto andava,
Mais à sua frente alguém caminhava
O povo de Deus era rico em nada,
Tinha esperança e pó da estrada

Também sou teu povo, senhor
E estou nessa estrada
Cada dia mais perto, da terra esperada.

Resumo: O trabalho analisa a romaria que se desloca da cidade de Salgueiro (PE) a Juazeiro do Norte (CE), tendo como base a teoria folkcomunicacional de Luiz Beltrão. O objetivo é examinar qual a relação dos líderes de opinião com os romeiros e qual a força comunicativa que a romaria tem sobre os que a vêem passar. Para isso, usou-se a observação direta, entrevistas e conversas nos centros de informação. Os resultados apontam que o líder de opinião é extremamente importante para a organização e para a evolução de uma comunidade, porém, por ter inúmeras responsabilidades, precisa da ajuda de um líder ainda mais específico, mais imerso no mundo simbólico da comunidade. Também foi verificado que a romaria, ao passar pelos vilarejos e cidades, transmite informações capazes de gerar poder de ação e de reflexão.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Romaria; Líder de opinião

Abstract: The work examines the pilgrimage to the city of Salgueiro (PE) to Juazeiro do Norte (CE) and, based on the folkcommunication theory of Luiz Beltrão. The objective is examine what the relationship of the leaders of opinion with the pilgrims and which the communicative power of pilgrimage have about the peoples see that happening. For this, used to direct observation, interviews, and conversations on information centers. The results indicate that the leader of view is extremely important for the organization and evolution of the community, however, for numerous responsibilities, needs the help of a leader even more specific, more immersed in the symbolic world of the community. It was found too, the pilgrimage to pass through villages and cities, transmit information capable of generating power of action and reflection.

Keywords: Folkcommunication; Pilgrims; Leaders of opinion

¹ Estudante de Jornalismo do Centro de Ensino Unificado de Teresina (CEUT).

² Professora de Jornalismo do Centro de Ensino Unificado de Teresina (CEUT) e orientadora deste estudo.

Introdução

Romarias são eventos comuns no Brasil, sendo as que vão para Juazeiro do Norte (CE) uma das mais conhecidas, atraindo inúmeros fiéis todos os anos, objetivando agradecer por milagres, pedir ajuda ou conhecer a terra onde Padre Cícero tornou-se santo no imaginário popular.

Esses eventos são ricos em histórias e em sentimento, com cada participante tendo motivos para sair da sua rotina, do seu lar e decidir andar mais de 100 quilômetros no sertão nordestino. Esta ação foi encontrada e analisada na cidade de Salgueiro, localizada no interior do Estado de Pernambuco. A riqueza de mensagens numa romaria é muito importante para quem deseja estudar os processos folkcomunicacionais, procurando entender e analisar a interação existente no grupo de romeiros.

Qual é a importância de ter um líder de opinião? Quais são as mensagens que um grupo caminhando muitos quilômetros passa para quem os vê? Assim, este trabalho procura observar os líderes de opinião e a relação existente entre eles e os romeiros e olhar com atenção a comunidade como um grupo comunicante.

Como base teórica, a idéias folkcomunicacionais de Luiz Beltrão foi usada. Para suplemento de informações, textos de John B. Thompson e Mauro Wolf foram lidos e utilizados.

Breve Histórico

A romaria em estudo fez sua primeira caminhada de Salgueiro (PE) para Juazeiro do Norte (CE) no ano de 2006, com 33 participantes. O evento cresceu e em 2007 foram 53 romeiros, passando para 158 pessoas no ano de 2008. O evento se expandiu, e não mais somente pessoas de Salgueiro, cidade de origem deste evento, fazem parte, pois católicos das cidades próximas, como Serrita, Parnamirim, Santa Maria da Boa Vista e Exu são convidados para realizarem a caminhada.

O evento em estudo surgiu por idéia do Padre Domingos Malan Viana Torres ao observar um grupo de romeiros da cidade de Lagoa (PB). Então, no ano de 2005, em reunião com o Padre Orlando Natel Leite, Padre Adenir e o diácono Carlos Antônio Neves Parente decidiram fazer a peregrinação para Juazeiro do Norte.

Com o diácono, Padre Malan percorreu diversas rotas procurando um caminho mais seguro, sem muito tráfego e que passasse experiências diversas, por meio de dificuldades e de companheirismo, pois para ele:

“– O objetivo é ter uma experiência de fé. É caminhar para construir passo a passo uma série de coisas boas que a gente pode descobrir. É como o deserto, por exemplo, com a falta de água, a caatinga seca, o homem do campo. Depois você encontra a serra, uma outra vegetação, outra família, outro clima. Então você vai ter uma experiência de natureza, uma experiência de fé, experiência de contato com outras pessoas, pois quem caminha está junto com o outro, e isso é muito importante³” (informação verbal).

O líder de opinião e o seu aliado

A importância de alguém ser o guia, o líder para um grupo, é fundamental para as pretensões de desenvolvimento de idéias e de atitudes que se cristalizem como marca significativa de uma determinada aliança. Numa romaria, o laço existente entre o líder e o seguidor se faz forte, porque o primeiro é o organizador, é o chefe responsável por tomar as melhores decisões, assim protegendo os romeiros, e estes, por confiança e por necessitar de segurança, põem suas decisões nas mãos do líder, o líder de opinião.

A teoria hipodérmica, influenciada pelas idéias behavioristas, acreditava que os grandes meios de comunicação de massa eram muito poderosos, e que os destinatários faziam parte de uma massa inculta e incompetente. As teorias das comunicações de massa derrubaram os preceitos hipodérmicos, exibindo que as pessoas tinham a capacidade de escolher a o que assistir. Wolf esclarece tal afirmação informando que:

De fato, se para a teoria behaviorista o indivíduo submetido aos estímulos da propaganda podia apenas responder sem resistência, os desenvolvimentos subseqüentes da *communication research* convergem na explicitação de que a influência das comunicações de massa pelas resistências que os destinatários ativam de várias formas (WOLF, 2005, p. 14).

A teoria hipodérmica, baseada em idéias behavioristas, enxergava a comunicação de forma simples e os meios de comunicação de massa como todo-poderosos que determinavam o pensamento e a ação dos que eram expostos às informações por eles emitidos. Viam a relação emissor-receptor como um estímulo-resposta, em que os MCM estimulavam o público e este absorvia e cumpria o que era transmitido, ou seja:

³ Padre Domingos Malan Viana Torres, identificado como um dos líderes de opinião presente na romaria.

A estreita relação entre os dois torna impossível definir um fora dos limites do outro. Junto, eles constituem uma unidade. Pressupõem-se reciprocamente. Estímulos que não produzem respostas não são estímulos. E uma resposta deve necessariamente ter sido estimulada. Uma resposta não estimulada é como um efeito sem causa (Lund, apud WOLF, 2005, p. 10).

Na romaria ficou presente a figura do líder de opinião, um sujeito influente num determinado meio. O líder de opinião, de acordo com as teses de Paul Lazarsfeld é aquele que recebe as informações dos grandes meios de comunicação, as interpreta e repassa ao seu grupo. Desta forma, a informação proveniente de alguma televisão, jornal, revista etc. passa pelo crivo de uma pessoa mais esclarecida que repassa para a sua comunidade, conforme esclarece Beltrão ao dizer que:

Todas as investigações levaram à evidência de que o efeito dos meios – jornais, rádio, televisão e cinema – postos a serviço de grandes campanhas políticas ou sociais, visando mudar opiniões e atitudes a curto prazo, não era tão eficaz como se imaginava. Para que a mudança se verificasse, uma outra influência se colocava entre os meios e o grupo afetado – a influência do ‘líder de opinião’ – personagem quase do mesmo nível social e de franco convívio com os que se deixavam influenciar, levando sobre eles uma vantagem: estava mais sujeito aos meios de comunicação do que os seus liderados. Conhecia o mundo – isto é, havia recebido e decodificado e decodificado as mensagens dos meios, transmitindo-as em segunda mão ao grupo com o qual se identificava (BELTRÃO, 2001, p. 67).

O líder de opinião tem grande prestígio diante de um grupo, pois tem oportunidade de ter contato com grandes meios de comunicação, de ter informações de difícil acesso às pessoas do seu grupo.

Ficou claro, na romaria Salgueiro – Juazeiro do Norte, a importância que os padres têm sobre seu grupo. Por terem maior aproximação com temas religiosos e por terem tido maiores oportunidades de estudar assuntos cristãos, eles são guias, condutores da ação das pessoas, posto que são vistos como entidades com conhecimentos mais aprofundados e que têm maior noção do que seja o melhor caminho, e que sabem tomar as melhores decisões.

A Igreja Católica sofreu mudanças ao longo de sua história, e não se pode negar que as necessidades sociais de cada época foram significativas para uma atualização, uma alteração de atitudes, que provoca uma remodelagem, se comparado às idéias primeiras do catolicismo. A sociedade e os meios de comunicação de massa atuam como poder e recurso, assim exercendo forte impacto sobre os passos de instituições importantes e bastante vistas, pois:

Poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências. No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhe são disponíveis;

recursos são os meios que lhes possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses. Ao acumular recursos dos mais diversos tipos, os indivíduos podem aumentar seu poder (THOMPSON, 2008, p. 21).

E a sociedade vagarosamente vai impondo suas novas visões de mundo, desdobrando novos planos de um conceito estabelecido. O encontro de vontades semelhantes ou debates provoca uma nova síntese através de um processo dialético, vai remodelando idéias que eram consideradas cristalizadas.

Foi verificado o poder das pessoas sobre os líderes de opinião e, conseqüentemente, sobre a Igreja Católica, pois os padres são membros e representantes da Igreja e qualquer alteração no modo de ver deles é um novo grão que irá se juntar às inúmeras novas idéias, assim provocando agitação numa ordem já estabelecida. A relação não ocorre sem *feedback*. Não é em estímulo-resposta. É uma relação de amizade, interpessoal, de encontros face-a-face, em que a interação direta é uma mensagem mandada diretamente do emissor para o receptor, sem intermediários, como no caso do líder de opinião, neste contexto, os padres que passam suas interpretações de vida e dos assuntos aprendidos. Não é a Igreja quem fala diretamente ao povo, é o padre num ato de escoliar a bíblia que entra em discurso com seu grupo, pondo seus pontos de vista de acordo com sua bagagem cultural. A Igreja e a Bíblia mandam as mensagens, mas o padre, que é o líder de opinião, interpreta e transmite ao seu grupo esta mensagem, conforme referendado por Wolf, quando expõe que:

É internamente a essas relações sociais que a tendência para desenvolver opiniões compartilhadas pelos outros componentes do grupo salienta a existência dos líderes de opinião e sua função de mediadores entre os meios de comunicação de massa e os indivíduos menos interessados que possuem uma participação menor na campanha presidencial (os não-líderes ou sequazes) (WOLF, 2005, p. 39).

A relação interpessoal é muito importante para o desenvolvimento da cultura, embora, no mundo contemporâneo, as tradições sejam transmitidas, também, através de relações mediadas pelo uso de equipamentos eletrônicos, o que quebra a noção tradicional de espaço-tempo, porque uma mensagem não tem mais tempo e nem espaço definidos, elas podem ser presenciadas num contexto e num tempo completamente distinto do produzido.

Para grupos que são unidos geograficamente, territorialmente, em que a barreira do espaço-tempo ainda não foi muito distendida, a interação face-a-face é fundamental por seu caráter dialógico, em que a interação simbólica tem duplo fluxo, de um emissor que também é receptor e de um receptor que tem a oportunidade e a capacidade de emitir mensagens, criando

um ambiente propício para o surgimento de uma síntese. Beltrão discorre sobre a importância da comunicação interpessoal, afirmando que:

A folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa (Melo, apud BELTRÃO, 2001, p. 18).

A proximidade entre o líder e o grupo cria um respeito mútuo, é uma relação efetiva e, muitas vezes, afetiva, pois os liderados vêem no seu coordenador uma figura sábia, capaz de tomar as melhores decisões e de dar os melhores conselhos. O acesso a informações importantes ajuda a construir a figura do líder de opinião, posto que os conhecimentos provenientes de fora e a habilidade em decodificar tais mensagens lhe dão maior credibilidade.

Ser observado como o alicerce de uma comunidade traz deveres essenciais na tarefa de dispor acertadamente elementos que formam o conjunto comunitário, pois tais responsabilidades influem na continuidade e na satisfação das pessoas no grupo. O líder é, muitas vezes, visto como uma autoridade maior do que a figura paterna ou materna, e consegue criar um grupo que obtêm mais respeito do que o próprio ambiente familiar, conforme expõe um dos entrevistados, a seguir:

“– É uma responsabilidade grande, pois temos que multiplicar os dons. O dom de aconselhar, de orientar, de tomar decisões. Exige da gente sem a gente pensar de estar liderando. As coisas vão acontecendo e vamos tomando as decisões. Temos que passar das barreiras com as condições de cada um⁴” (informação verbal).

Os líderes são os intermediários entre Deus e os homens, conforme especificado abaixo. É neles que os fiéis buscam aprender e seguir a palavra de Deus. Os homens da Igreja são líderes de opinião, pois entendem as mensagens da grande mídia, que é a Bíblia, e as repassam para as pessoas ao seu redor, explicando e fazendo-os entender de acordo com sua experiência de vida. A não educação escolar de muitos torna a figura do padre ainda mais importante porque o não domínio da leitura dificulta o aprendizado, ficando nas mãos do sacerdote a responsabilidade de ser o professor, o orientador, o emissor da palavra de Deus, de acordo com o relato de Parente:

“– As pessoas me vêem muito como uma pessoa de Deus, e então, por elas terem essa visão, buscam conselhos, buscam direcionamentos, então isso é de uma responsabilidade muito grande. Mas ao mesmo tempo nós ficamos felizes porque percebemos que não somos nós. As pessoas não buscam o Carlinho, buscam um representante de Deus, buscam alguém que está representando Cristo aqui na Terra⁵” (informação verbal).

⁴ Padre Domingos Malan Viana Torres.

⁵ Diácono Carlos Antônio Neves Parente.

O líder de opinião tem a importante função de ser o intermediário entre a informação e as pessoas, de ser um professor para um grupo. Agir sozinho é complicado, então os líderes precisam de ajuda para que a comunidade continue organizada, trabalhando nos seus ideais e sempre tendo acesso às informações consideradas fundamentais para a formação de um conjunto de pessoas com objetivos semelhantes. Surge a figura de uma pessoa próxima ao líder de opinião, que é componente, vive e tem raízes com o grupo, raramente se ausenta e trabalha silenciosamente para o progresso da comunidade. É um animador, um tradutor, um organizador, um guia enquanto o líder de opinião está ausente, pois este possui inúmeras tarefas conseqüentes da posição que ocupa. Este colaborador do líder de opinião pode ser chamado de líder de opinião secundário, já que é subordinado à figura maior da comunidade e age como chefe em várias ocasiões.

O padre compreende a sua importância, sabe que seus conselhos ajudam e tem a consciência de que através do diálogo as pessoas do grupo refletem e tentam tomar as melhores atitudes diante das tarefas e de algumas dificuldades. A presença dele é fundamental, fazendo com que as pessoas trabalhem, conversem para que exista uma interação de caráter dialógico. Os pertencentes à comunidade também discorrem sobre acontecimentos com o líder de opinião e, assim, ocorre um fluxo comunicacional entre todos, havendo reciprocidade de ensinamentos. Outra característica relevante do líder de opinião reside no contato direto, que estimula e anima as pessoas, e estas percebem que podem ser líderes e evangelizadores. A figura mais destacada dentro do grupo se torna um líder de opinião secundário, auxiliando os companheiros e exercendo funções típicas de líder. Em conversas com o padre Orlando Natel Leite, identificado como um líder de opinião, um dos fundadores e organizadores da romaria aqui estudada, percebe-se a importância de um líder de opinião secundário:

“– Quando estou presente as pessoas começam a perceber que elas também podem ser esse líder, esse animador, o evangelizador, e que fazem muito mais do que o padre porque o padre deve aparecer em todas as comunidades, e, no entanto, o líder vai estar só em sua comunidade, fazendo muito mais, apesar de não aparecer, mas fazem, contudo fazem por que o padre está presente⁶” (informação verbal).

A comunidade comunicante

⁶ Padre Orlando Natel Leite, identificado como um dos líderes de opinião presente na romaria.

As informações são transmitidas de inúmeras maneiras, através de variados meios. Nos tempos atuais, a televisão e a internet são as formas mais populares de transmitir qualquer mensagem. O rádio e os jornais impressos já tiveram seus tempos áureos, quando as pessoas corriam para escutar os noticiários ou se dirigiam aos cafés para ler os jornais. Com o advento da televisão, o rádio teve sua audiência diminuída, assim como a internet, com sua velocidade, sufoca os jornais impressos diários, deixando em dificuldades financeiras jornais importantes como New York Times, The Christian Science Monitor e o El Pais, fazendo-os migrar para a internet, necessitar de ajuda financeira para pagar dívidas e/ou formar uniões com outras empresas para suportar tempos de crise.

A interação entre as pessoas ocorreu durante muito tempo face-a-face, com o contato direto. Eram conversas no comércio, em casa, nas ruas etc., e que se caracterizavam como uma das principais formas de transmissão de informação. Depois, surgiram cartas, correios, até chegarmos ao que Thompson (2008) chama de “o desenvolvimento das formas de comunicação eletronicamente mediadas”, que foi o uso da energia elétrica na comunicação e as invenções da mídia nos séculos XIX e XX. Os modelos contemporâneos de comunicação mediada fizeram parte da romaria Salgueiro-Juazeiro do Norte, visto que a internet era assunto frequente em conversas, com os participantes anotando e-mails para efetuar trocas de fotografias ou explicando como faziam para ter acesso a alguns cantos. Porém a romaria, tendo formas de comunicação interna, se mostrou um grupo comunicante para com as pessoas que a viam passar pelas estradas.

A romaria era uma comunidade comunicante, pois ao passar pelos vilarejos chamava a atenção dos moradores, fazia com que eles saíssem de casa e acompanhassem por algum tempo os romeiros. Ao passar com pouca água por povoados do sertão pernambucano, os romeiros recebiam água do nordestino que a armazenava em garrafas de 2 litros para os meses em que a chuva é ainda mais rara. Quando a caminhada passava por povoados pequenos, as pessoas saíam das suas casas e rezavam junto com os romeiros.

As paróquias locais, sabendo do evento, se organizavam e realizavam missas durante a passagem da caminhada. Caminhoneiros se benziavam, buzinavam e ofereciam carona ao ver a romaria. Padre Orlando Natel Leite, durante entrevista, disse que “as pessoas quando vêem qualquer manifestação religiosa, elas geralmente, quando são pessoas abertas, que não vão analisar como está sendo expressada a fé, elas se sentem tocadas, percebem que existem pessoas que caminham em busca de Deus”. Acrescentou ainda que “encontramos pessoas que faziam o

sinal da cruz quando nos encontrava. Essa é uma forma de expressão. Quando passamos em frente a uma churrascaria, um rapaz desligou o som por respeito”, pois:

“– O testemunho, o caminhar, o próprio grupo, o cantar do grupo, ver pessoas com 77 anos, crianças, o contemplar da coragem do grupo transmite muito. Existem pessoas que desejam, que se tivessem um tempinho também fariam essa experiência. Então, por exemplo, na comunidade do Ori tivemos a oportunidade de a própria comunidade celebrar com a gente. Então é um momento muito forte. Então deixa uma mensagem de a gente fazer mais experiências, buscar mais⁷” (informação verbal).

Os romeiros precisam de descanso e de comida após quilômetros caminhados. Para isso, pontos de apoio, que são casas de moradores que acolhem o grupo, disponibilizando alimentação e lugares para dormir. Os donos desses pontos de apoio não recebem dinheiro para abrir suas casas e para cozinhar para inúmeros desconhecidos. Fazem isso por acreditar na mensagem que o grupo transmite, uma vez que:

“– É uma experiência de partilha, de acolhimento, é um gesto expressivo você abrir a sua porta sem saber que é esse povo. E abrir tudo, durma na minha cama, esse é o meu fogão, a casa é sua. Estamos num mundo que caminha para o individualismo, é o pensar muito no eu, eu tendo a minha segurança eu estou bem. Esse caminhar ensina que o outro, esse abrir as portas, esse acolhimento é um ensinamento para a vida⁸” (informação verbal).

Conclusão

Os líderes são fundamentais para a organização e evolução de uma comunidade. Os padres, com seu poder diante do grupo, efetuam as escolhas, dispõem ordenadamente seus recursos, visando o crescimento religioso dos romeiros. Os líderes, ao adquirir conhecimentos, e repassar ao grupo, conseguem se posicionar como guias, como figuras detentoras de informações que conduzem toda a comunidade numa caminhada, não apenas de uma cidade à outra, mas ao progresso.

Os líderes de opinião não conseguem organizar todo um grupo de fiéis sem a ajuda de outrem, necessitam de apoio para tomar as decisões e de alguém que execute tarefas enquanto estiver ausente. Vem à tona o líder de opinião secundário, um conselheiro, um organizador, um trabalhador, que substitui o líder de opinião em determinadas ocasiões.

⁷ Padre Domingos Malan Viana Torres.

⁸ Padre Domingos Malan Viana Torres.

A romaria é uma comunidade comunicante que transmite sua mensagem de fé e de força pelos lugares onde passa. O grupo que caminha é o emissor de mensagens, a caminhada é o meio de difundir as idéias e quem vê as pessoas caminhando são os receptores das mensagens. Estas podem ser variadas, dependendo dos conceitos pré-estabelecidos de quem assiste ao movimento. A romaria não é um som, letras ou imagens transmitidas por algum aparelho os quais informam existirem pessoas que caminham 120 km a pé sob o sol do sertão nordestino, por fé. É uma mensagem transmitida ao vivo, dando a oportunidade, de quem a vê, participar e de ser acolhido pela comunidade. É a tradição que se sobrepõe aos tipos modernos de transmissão de mensagem, é a interação face-a-face entre os romeiros e as pessoas que os vêem que informa e que põe um novo conceito ou experiência nos receptores.

Referências Bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

FOLKCOM. **Do ex-voto à indústria dos milagres: a comunicação dos pagadores de promessa**. Organizado por José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi e Jacqueline Lima Dourado. Teresina: Halley, 2006.

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

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria da mídia social**. Tradução: Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução: Leonerdo Avritzer. 9 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. Tradução: Karina Jannini. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.