

**O CÍRIO DE NAZARÉ:  
a mídia em prol do desenvolvimento regional<sup>1</sup>.**

***Maria Isabel Amphilo R. Souza***

**Grupo de trabajo: Comunicación Internacional  
IX Congreso IBERCOM  
Sevilla-Cádiz, 2006.**

Atualmente verifica-se que o processo de internacionalização da mídia cada vez mais intensifica-se. Da mesma forma, verificamos um despertar para a mídia regional. Tal fenômeno não é somente percebido no Brasil, mas também na Europa. Ao invés de acontecer a padronização devido ao processo de globalização, está acontecendo o processo inverso: de valorização do regional, do nacional; percebe-se uma busca por uma identidade local. Por isso, pretendemos analisar a cobertura e eventos regionais (festas populares) veiculadas pela Rede Globo de Televisão procurando demonstrar a sua especificidade como mídia regional e sua experiência de nacionalização e internacionalização, superando a visão etnocêntrica da mídia brasileira.

**Justificativa:** Com o fenômeno da globalização, imaginou-se que com o passar do tempo, a mídia regional perdesse sua força de expressão e manifestação das idéias populares, perdendo sua identidade local e costumes. No entanto, presenciamos o efeito inverso, estamos num processo de “retorno ao local”, à valorização do regional, dos costumes, da cultura popular, da importância da tradição folclórica e das especificidades de cada região brasileira. Por outro lado, a mídia tem acompanhado esse processo, fazendo com que o brasileiro tome conhecimento de manifestações folclóricas de outras regiões, proporcionando um autoconhecimento e reforçando a identidade nacional. Porém, a Rede Globo de Televisão possui “afiliadas internacionais”, proporcionando a veiculação de imagens regionais num contexto global. A este processo, Roland Robertson chama de glocalização, que será nossa perspectiva de análise.

**Palavras-chave:** Mídia regional, Globalização, Círio de Nazaré, Rede Globo.

---

<sup>1</sup> *Paper* produzido para a disciplina *Mídia nas regiões brasileiras*, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Doutorado em Comunicação Social, pela Universidade Metodista de São Paulo, junho de 2006.

## INTRODUÇÃO

Com a internacionalização da mídia, nos últimos anos, o fluxo de informações tornou-se cada vez mais rápido. O avanço tecnológico e as mídias digitais têm proporcionado, não somente a rapidez da informação, mas a qualidade, cada vez mais nítida, da imagem. Dessa forma, há a sensação de que a aldeia global (McLuhan) está cada vez menor.

Porém, se tem notado um movimento contrário: o contra-fluxo da informação. De alguns anos para cá, tem-se percebido que as pessoas estão migrando de um lado a outro e levando consigo seus costumes e sua cultura, buscando, na medida do possível manter algum vínculo com a sua origem.

Dessa forma, a TV regional, disponibilizada via satélite, via cabo, e via internet, para suprir essa brecha no mercado audiovisual. Nesse sentido, as Festas Populares tem sido acompanhadas pelos seus admiradores através dos meios de comunicação que lhe são dispostos. Além disso, percebemos que a partir da publicização das Festas Populares, neste caso a Festa do Círio de Nazaré, que é um evento religioso, há um impulso ao desenvolvimento regional, movimentando o turismo e o comércio da região na época do evento.

O presente artigo vem abordar, primeiramente, um breve panorama da nação brasileira para a contextualização do leitor. Depois, apontaremos algumas características regionais e a questão da idéia de região, levantando algumas questões apontadas por pesquisadores.

A dimensão socioeconômica e do desenvolvimento regional é o terceiro item a ser abordado, em que tratamos sobre os planos desenvolvimentistas lançados no Brasil e o desenvolvimento das regiões.

No quarto item abordamos a TV regional e a sua relação com o desenvolvimento regional, em que apontamos a TV regional como, talvez, uma ponte entre a região e o restante do país, publicizando os acontecimentos locais e atraindo turistas, movimentando o PIB regional.

O quinto, e último item, é a Festa do Círio de Nazaré, que acontece na cidade de Belém, no Pará, em que mostramos, que a partir da mediatização da Festa, através de diversos meios de comunicação de massa, tem aumentado o turismo religioso, bem como movimentado o comércio e assim, como em uma reação em cadeia, promovendo o desenvolvimento regional.

Queremos ressaltar que este trabalho é fruto da disciplina Mídia nas Regiões brasileiras, em que abordamos o papel da mídia regional, mais precisamente da TV regional, e o contra-fluxo das informações que são geradas em nível local e ganham dimensões globais.

### 1. Um panorama da nação brasileira

O Brasil é um país com 8.514.215,3 km<sup>2</sup>, com 27 Estados federativos, tendo Brasília como capital federal da República. Estado democrático, o Brasil segue o regime Presidencialista, que concentra três poderes: Judiciário, Executivo e Legislativo.

O país se tornou independente de Portugal, oficialmente, em 7 de setembro de 1822 e a sua primeira Constituição foi promulgada em 1824, como consequência do processo de independência de Portugal e o reconhecimento internacional, enquanto nação. A constituição brasileira instituída pela primeira vez em 1824, outorgada por D. Pedro I, teve as seguintes características: 1. governo unitário, com monarquia hereditária; 2. senadores nomeados pelo Imperador e Deputados com voto popular; 3. Quatro poderes instituídos: Legislativo, Executivo, Judiciário e Moderador, 4. A religião oficial do Estado é Católica.

Durante o Segundo Império, o panorama político brasileiro foi praticamente dominado por dois partidos, ou grupos políticos. Com a Guerra do Paraguai, o Exército brasileiro passou a ter grande importância e prestígio e contando com o apoio do setor oligárquico brasileiro, isto é, os grandes latifundiários e com os grupos de abolicionistas, em que reunidos fundaram o Núcleo Brasileiro Republicano. Este grupo contribuiu para o golpe político dado em 1889, que proclamou a República no Brasil, composto por um Governo Provisório que, mais tarde, promulgaria uma nova Constituição. Dessa vez, no novo regime de governo. Assim, surge a Constituição de 1891. Com a vitória da Revolução de 1930, o clamor popular levou à instalação de uma Assembléia Nacional Constituinte, que no ano de 1934 foi escrita e aprovada a Constituição de 1934, mantendo o regime republicano presidencialista da Constituição anterior. A partir de 1935, o Governo Vargas planejava permanecer no poder. Para que isso fosse possível, o Congresso reunido declarou Estado de Sítio em que delegava plenos poderes ao Presidente da República, assim, em 1937 ocorre o Golpe de Estado que

iniciaria a ditadura varguista até 1945. No ano do golpe militar, o Congresso Nacional foi fechado e foi outorgada uma nova Constituição.

Após a Segunda Guerra Mundial, surgiram, no Brasil e no mundo, grandes movimentos populares que lutavam pelo fim de governos ditatoriais. Com a queda de Vargas, em 1945, a população brasileira exigiu e o Governo se viu obrigado a convocar novamente, uma Assembléia Nacional Constituinte, que discutiu e acabou por outorgar a Nova Constituição brasileira de 1946. Com o golpe de 1964, o país passou a ser governado pelos militares. Somente em 1967, é que o Congresso Nacional promulga uma nova Constituição que, na verdade, retomaria a suspensão dos direitos políticos dos cidadãos e caçaria os mandatos de parlamentares. De teor altamente centralizador, esta Constituição, também, outorgava plenos poderes ao Presidente da República. Porém, no ano de 1968 a Constituição foi revogada pelo Ato Institucional nº 5, em que sucederiam novos atos institucionais marcando um momento de grande centralização de poder e de crise política prolongada no país.

Durante o regime militar, ou o governo ditatorial brasileiro, várias mobilizações da sociedade civil exigiam o seu fim, assim, uma campanha realizada pela Assembléia Nacional Constituinte, elaborava uma nova Constituição. Estas mobilizações passaram a exigir as eleições diretas para Presidência da República como o primeiro passo decisivo para a democratização do país. Com o movimento “Diretas Já”, em 1985, Tancredo Neves foi eleito para Presidente. A Nova República reuniu-se no mesmo ano para que o Congresso Nacional aprovasse uma nova Emenda Constitucional com importantes reformas políticas, formando a representatividade de todos os partidos existentes. O objetivo dessa emenda era remover o autoritarismo da Constituição anterior (de 1967).

No processo de transição democrática, de substituição do regime militar por uma nova ordem institucional, a convocação de uma Assembléia Nacional Constituinte foi um fato decisivo. Assim, no ano de 1988 foi promulgada a nova Constituição, em que a República Federativa do Brasil, constituía-se em Estado Democrático de Direto em que todo o poder emanaria do povo e seria exercido de seus representantes eleitos.

Hoje, o país possui um governo democrático, tendo como Presidente da República Luis Inácio Lula da Silva, pertencente ao Partido dos Trabalhadores (PT), de linha esquerdista.

Em termos financeiros, conforme dados do IBGE<sup>2</sup>, o país conta com números animadores, pois o Brasil tem um dos maiores PIBs do mundo, porém, é, também, um dos países que sofre com maior desigualdade econômico/social, devido à má distribuição de renda. Vejamos a tabela do IBGE:

#### CONTAS NACIONAIS

Principais agregados macroeconômicos	1999	2000	2001	2002	2003
Produto interno bruto valor (1.000.000 R\$)	963 846 1 101 255 1 198 736 1 346 028 1 556 182				
Per capita (R\$)	5 771	6 430	6 896	7 631	8 694
Renda nacional bruta (1.000.000 R\$)	939 739 1 068 658 1 153 452 1 294 084 1 501 032				
Renda disponível bruta (1.000.000 R\$)	942 766 1 071 448 1 157 318 1 301 351 1 509 785				
Poupança bruta (1.000.000 R\$)	150 238	190 793	200 817	249 212	317 172
Capacidade (+) ou necessidade (-) de financiamento (1.000.000 R\$)	- 46 051	-45 963	(-)53 409	(-)15 434	11 193

Dessa forma, percebe-se, sem muito esforço, que entre a Renda Nacional Bruta e o PIB do país, em relação à renda *Per capita* há uma disparidade considerável, o que provoca uma desigualdade social desastrosa no país, em que a concentração de riquezas, ainda permanece na mão dos poucos coronéis, usineiros, latifundiários, industriais e famílias oligárquicas que ainda detém o poder no país.

Em termos midiáticos, o Brasil acaba de assinar um decreto em que a TV Digital estará disponível ao povo brasileiro no decorrer de 7 anos, prazo estabelecido pelo governo federal, num convênio estabelecido entre uma empresa japonesa e o ministério das comunicações. A previsão foi do ministro das Comunicações, Hélio Costa, que após intensas negociações com os governos do Brasil e do Japão, oficializando, assim, a escolha do padrão japonês de TV digital. Esse sistema deverá movimentar cerca de US\$ 88 bilhões entre os fabricantes de produtos eletrônicos nos próximos dez anos. O conversor, que passará do sistema analógico (que existe no Brasil desde a inserção da TV no país, em 1950) ao digital, através de um conversor, que custará cerca de 80 a 100 reais ao consumidor.

O decreto presidencial prevê que a TV digital aberta continuará sendo gratuita e passará a permitir a recepção de sinais em aparelhos portáteis, como celulares, e em movimento, como em TVs instaladas em ônibus, táxis e barcos. O *Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre* (SBTVD-T)

<sup>2</sup> Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisa, Coordenação de Contas Nacionais-Sistema de Contas Nacionais 1999-2003. Nota: Os dados do PIB *per capita* foram revisados para incorporar as novas projeções da população do Brasil compatíveis com os resultados do Censo Demográfico 2000.

permitirá a transmissão tanto em alta definição, com som estéreo e imagem cristalina, como em definição-padrão, que tem qualidade ligeiramente menor, mas permite a veiculação simultânea de até quatro programas em um mesmo canal. (GERUSA MARQUES, 2006).

Dessa forma, percebe-se que este acordo entre Brasil e Japão estabelece a mútua cooperação entre os países em termos de cooperação técnica, eletrônica e de formação de mão-de-obra. O decreto prevê que até julho seja criado um grupo de trabalho, formado por técnicos dos dois governos, para discutir o desenvolvimento da indústria eletrônica no País. Em tese, seria o primeiro passo para trazer uma fábrica de semicondutores para o Brasil.

## 2. Características regionais e a idéia de região: uma questão de espaço

O Brasil é subdividido em cinco regiões administrativas, sendo: norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul. Com uma população, de 186.412.438 habitantes<sup>3</sup>, o Estado brasileiro possui um total de 5.560 municípios, em 2001. Os números exatos de cada região encontram-se na tabela abaixo, extraída do site do IBGE:

Número de municípios	1940	1950	1960	1970	1980	1990	1997	2001
Brasil	1.574	1.889	2.766	3.952	3.974	4.491	5.507	5.560
Norte	88	99	120	143	153	298	449	449
Nordeste	584	609	903	1.376	1.375	1.509	1.787	1.792
Sudeste	641	845	1.085	1.410	1.410	1.432	1.666	1.668
Sul	181	224	414	717	719	873	1.159	1.188
Centro-Oeste	80	112	244	306	317	379	446	463

Porém, essa subdivisão territorial não dá conta da realidade nacional. Os critérios de regionalização são elaborados por estudiosos a fim de atender a diferentes objetivos, fazendo com que existam vários tipos de regionalização, sendo que cada proposta é sustentada por finalidades e critérios.

Existem algumas classificações regionais conhecidas, são elas: domínios morfoclimáticos para paisagens naturais, sistematizada por Aziz Ab'Saber; organização regional segundo tipos de uso do espaço, de Berta Becker; classificação que assinalada três macro-regiões: Centro-sul, Amazônia e Nordeste; e, finalizando, organização regional segundo as relações entre os espaços e sua hierarquia econômico-social, de Pedro Geiser. Esta última pesquisa refere-se a "centros irradiadores, regiões periféricas dinâmicas, regiões de novas oportunidades" (OLIVA, 1999, p. 82). Porém, a partir desses critérios de regionalização, nenhuma das regiões têm seus limites coincidindo com as fronteiras político-administrativas dos Estados brasileiros.

A regionalização oficial do Brasil foi elaborada em 1969, dividindo o país em cinco grandes regiões. Mas, a idéia de região, conforme Oliva (1999, p. 83), parte da geografia que concebeu região como "um lugar cujas características – gênero de vida, paisagem, etc. – resultavam fundamentalmente do que nela ocorria". Decorreriam da relação dos seus habitantes com a natureza local e das relações socioeconômicas entre esses mesmos habitantes, que chamamos de horizontalidades. Era isso o que determinaria o caráter regional próprio de uma área contida num território mais amplo.

O que acontece é que as regiões brasileiras formam um conjunto de relações socioeconômicas, que ultrapassa o limite oficial de cada região. Conforme Oliva (1999, p. 83),

Com o aumento da fluidez do espaço no interior dessas regiões, começam a ocorrer mudanças socioeconômicas, promovidas a partir de núcleos externos, situados no sudeste. Estabelece-se, então, entre as regiões uma nova trama de relações, que possui outra escala, que chamamos de verticalidades. (grifo meu)

Assim, o Brasil contemporâneo assumiu uma nova configuração regional a partir das relações estabelecidas, que foge a horizontalidade e aproxima-se a verticalidade, em que as diferenças regionais precisam levar em conta os processos socioeconômicos de cada região, que se manifestam no espaço.

O conteúdo técnico do território é o termômetro da modernização territorial, baseada "na expansão dos sistemas técnicos de comunicação, de energia, de transporte, de infra-estruturas produtivas, etc." (OLIVA, 1999, p. 84) Dessa forma, quanto maior o conteúdo técnico, mais profunda é a modernização e maior a relação com o mercado e a economia global, ou seja, estará envolvida em

<sup>3</sup> Dados do IBGE em 06/06/2006

outras verticalidades. Assim, para Milton Santos, verificar os conteúdos técnicos dos territórios pode ser um bom critério para se “criar” uma nova regionalização do Brasil.

Sob o critério lingüístico, o Brasil é uma nação homogênea. A língua portuguesa é oficial em todo o país, apesar dos diferentes sotaques e regionalismos (especificidades lingüísticas de cada região), que possuem termos que expressam a identidade cultural das regiões. Entre os Estados brasileiros há diferentes sotaques que identificam qual a origem de um indivíduo. Porém, dentro das regiões administrativas, ainda há sotaques diferentes. Por exemplo, o cidadão que mora em São Paulo-capital, tem sotaque diferente de quem mora no interior e no litoral. O mesmo acontece nas demais regiões. Os sotaques mudam de um estado a outro e entre os cidadãos de uma mesma região, ainda pode-se constatar de qual região um indivíduo se origina.

Da mesma forma, a cultura brasileira tem uma diversidade muito grande e específica, não somente das regiões, mas podemos dizer que dentro das regiões há uma multiplicidade cultural muito rica e que no estudo do espaço, valorizam o Local, como uma característica de uma determinada localidade.

É interessante que no processo de globalização pensou-se na formação de uma cultura única, porém está acontecendo um movimento contrário: de valorização do local e do regional. Rubem Oliven (GERAQUE, 2006) afirma que: “a mundialização, ao contrário do que se pensa, reforça o local. E a modernidade que vai junto com ela reforça a tradição”. Portanto, a globalização fez com que a nação fosse extremamente importante nesse processo de aldeia global (McLuhan), e não o contrário.

A própria idéia de nação tem “a função de conferir legitimidade à idéia de unidade-territorial, política e cultural, necessária para a integração de novos Estados (...) surgem, então, o francês, o alemão (...) e o brasileiro (...)”, o que aconteceu em quase todo o mundo, reforçando a identidade nacional. (OLIVA, 1999, p. 18). A língua está intrinsecamente relacionada ao processo de unidade nacional, promovendo a identidade cultural de um povo.

Assim, o espaço brasileiro, apesar da sua diversidade, forma uma unidade através de vários fatores que promovem essa identidade nacional. Podemos destacar alguns fatores que promovem esta identidade: 1. a língua portuguesa, considerando os regionalismos é inteligível a todo o povo; 2. o cristianismo, que une católicos e protestantes, como maioria no país, porém, devido a diversos fatores, incluindo a forte presença de imigrantes, a diversidade religiosa, bem como a cultural, é expressiva; 3. a gastronomia brasileira também reflete essa miscigenação racial e as regiões trazem suas especificidades, mas há elementos que prevalecem na culinária nacional, como o arroz, o feijão, o bife e a salada, porém, a feijoada (que se origina da época dos escravos) e o churrasco são uma “mania nacional”.

As diferenças regionais são expressivas. Podemos dizer que existem vários “brasis”. Cada região, ou melhor, cada Estado brasileiro tem suas especificidades, além das peculiaridades que dividem a população em urbana e rural, o que é relativo, pois ambas possuem características que, hoje, se fundem, tornando-se híbridas.

Porém, essas diferenças são superadas através do futebol brasileiro e do carnaval, que se expressa de diversas formas em todo o país, seja no carnaval massivo de São Paulo e Rio de Janeiro, seja no trio elétrico da Bahia e Recife, ou do carnaval de rua em Olinda, além da pluralidade de manifestações em todo o país.

### 3. A dimensão sócio-econômica e o desenvolvimento regional

Na década de 1950, o modelo de modernização centralizado pelo Estado foi norteador pelo ideal nacionalista que começou a se esgotar, devido às dificuldades enfrentadas pelas indústrias brasileiras, por conta de sua tecnologia ultrapassada e pelo novo cenário do capitalismo mundial, em que as empresas multinacionais buscavam instalar suas unidades de produção em terras brasileiras. A figura que encabeçou e inaugurou a segunda fase desenvolvimentista foi o Presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira, que em seu governo ficou conhecido pelo *slogan* “50 anos em 5”, em que propunha desenvolver uma política desenvolvimentista em tempo recorde. Para que o modelo desenvolvimentista pudesse consolidar-se foi criada a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) e a aprovação da transferência da Capital Federal do Rio de Janeiro para Brasília, que foi inaugurada em 1961. Nos anos 1960 e 70, muitos países considerados periféricos do mundo capitalista, foram sacudidos por uma onda de golpes militares, em que de modo geral receberam apoio dos Estados Unidos. O Brasil, assim, como outros países, seguiu essa tendência, e nos anos de 1960, 70 e parte dos 80 tiveram como pano de fundo um desenvolvimentismo estatal fortemente centralizado, sob o comando de governos militares.

A criação do 1º Plano Nacional de Desenvolvimento (PND), entre 1972 e 1974, no governo Médici, e do 2º PND (1975-1979), no governo Geisel, direcionaram a geopolítica brasileira a uma escala macro-regional e, depois, em sub-regional, selecionando áreas prioritárias de intervenção. (OLIVA, 1999, p. 52). O foco na política desenvolvimentista, impulsionou o país ao crescimento.

Em complemento aos planos, foram institucionalizados um conjunto de órgãos de desenvolvimento regional, sob a direção do governo, sendo: a Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM), em 1966; a Superintendência do Desenvolvimento da Região Centro-oeste (SUDECO), em 1967; a Superintendência do Desenvolvimento da Região Sul (SUDESUL), em 1967; a Companhia de Desenvolvimento do Vale do Rio São Francisco (SUVALE-CODEVASF). (OLIVA, 1999, p. 52).

A partir da criação desses órgãos, foram criados pólos de desenvolvimento: Polamazônia, de estímulo à produção agropecuária e extrativa mineral em faixas da Amazônia oriental, vale do rio Trombetas, noroeste do Pará e norte do Mato Grosso e Rondônia; Polocentro (Programa de Desenvolvimento dos Cerrados), de estímulo à produção agrícola moderna de exportação; Polonordeste, de estímulo à modernização industrial da região, além do combate às secas. (p. 52)

Vejamos, hoje, a participação das regiões no PIB nacional. Acompanhe a tabela em percentual<sup>4</sup>:

	1970	1995	1998
Norte	2,2	4,9	3,24
Nordeste	12,0	13,7	12,58
Centro-Oeste	3,6	6,9	5,86
Sudeste	65,2	57,2	62,6
Sul	17,0	17,4	15,72

A supremacia da região Sudeste deve-se à concentração econômica do país estar centrada nesta região, sendo o pólo econômico mais desenvolvido do país. Dessa forma, pode-se perceber que as regiões Sudeste, Sul e Nordeste, somam 90,9% do PIB nacional, o que significa que, conseqüentemente, a concentração de renda, também, é maior nessas regiões. Porém, alguns Estados têm uma contribuição maior nessa participação do PIB, como: São Paulo (37,45%), Rio de Janeiro (13,17%), Minas Gerais (13,12%), Rio Grande do Sul (6,61%), Paraná (5,95%) e Pernambuco (2,87%)<sup>5</sup>.

Vejamos o quadro, em percentual, da população regional para compararmos ao PIB:

	1970	1980	1996
Norte	3,87	5,56	7,19
Nordeste	30,18	29,25	28,50
Sudeste	42,79	43,47	42,66
Sul	17,71	15,99	14,97
Centro-oeste	5,45	5,72	6,69

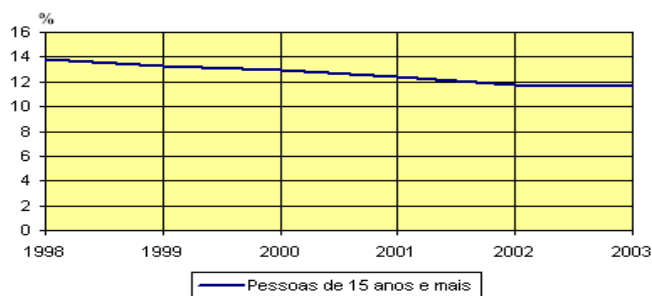
A partir desses dados, por exemplo, percebemos que o Sudeste, tem uma população de 42,66%, com um PIB de 62,6%. O que no Nordeste há uma disparidade muito maior que gera uma desigualdade econômico-social enorme, em que a população é de 28,50% e o PIB é de 12,58%.

Em termos eleitorais, por exemplo, a “região norte possui 4,85% dos eleitores e 11,33% dos deputados. Por sua vez, a região Sudeste tem 46% dos eleitores e 33,59% dos deputados (São Paulo possui 21% da população e 14% de representação)”. (OLIVA, P. 42). Esses dados, na verdade, são conseqüência da constituição brasileira que estabelece o mínimo de oito deputados para cada Estado e o máximo de setenta. Esse desnível se reflete, *a posteriori*, nas decisões na Câmara dos Deputados em que são privilegiadas umas regiões em detrimento de outras, o que só faz aumentar o desnível social e econômico do Brasil.

Esse desnível da sociedade brasileira transparece em outros índices, como o índice de analfabetismo no país, que conforme o IBGE, ainda é alto, porém, de 1998 a 2003, teve uma queda de 2,00%, mesmo com o crescimento da população. Vejamos o gráfico:

<sup>4</sup> Fonte: IPEA, 1999, in: OLIVA, p. 85.

<sup>5</sup> Fonte: Confederação Nacional da Indústria (CNI), 1996, in: OLIVA, p. 85).



Ou seja, ainda há 14% da população brasileira acima dos 15 anos de idade que não sabe ler e escrever: é analfabeta num mundo globalizado, em que vivemos numa aldeia (McLuhan) e que as informações transitam em fluxo e contra-fluxo, do global ao local e do local ao global (ROBERTSON). Na realidade, o analfabetismo é apenas um índice dentre vários outros que seriam necessários para provarmos, com maior exatidão, a dimensão dessa desigualdade econômico-social no Brasil.

#### 4. A TV regional e a sua relação com o desenvolvimento regional.

Nos anos 60 a ONU, através da UNESCO lançou alguns programas envolvendo os meios de comunicação de massa nos processos de desenvolvimento com o objetivo de acelerar o desenvolvimento regional, conforme Marques de Melo (1998, p. 292): a concepção de desenvolvimento que prevalece é a de modernização (...) que incentivam outras mudanças na estrutura da sociedade, como: industrialização, urbanização, alfabetização, exposição dos cidadãos aos *mass media* e participação coletiva nas decisões nacionais e comunitárias.” Sem essa visão de macro-estrutura, o investimento em comunicação para o desenvolvimento regional fica fragmentado.

Dessa forma, a participação comunitária nas festas populares geram emprego e renda aos cidadãos locais. Marques de Melo afirma (1998, p. 294-295) que

“o desenvolvimento é, inevitavelmente, um processo de participação. As pessoas somente podem *fazer* as coisas novas que o planejamento do desenvolvimento *diz* que podem ser feitas. Quando a atenção das pessoas é mobilizada e o interesse delas atraído (...) então a participação criativa está operando e o avanço do desenvolvimento tem probabilidade de se acelerar”. Os meios de comunicação de massa criam, portanto, o ambiente fértil à participação e cumprem sua função-motriz no processo de desenvolvimento.

Na conferência das Nações Unidas, realizada em 1948, cujo tema foi a “Liberdade de Informação”, foi constatado que comunicação está vinculada ao desenvolvimento econômico e social de cada país. Dessa forma, a informação, exclusivamente, não é o único objetivo, mas: “(...) um meio de chegar à desejada transformação social”. (Schramm, 1976, prefácio). A partir daí, em 1958, a Assembléia Geral das Nações Unidas planejou um “programa de ação concreta” para edificar a imprensa, o rádio, o cinema e a televisão nos países em processo de desenvolvimento social e econômico, em que o Dr. Schramm, na Conferência de 1962, reuniu o resultado das pesquisas das 3 conferências realizadas entre 1960-62 e elaborou a publicação *Mass media and National Development*.

Alberto Dines, no prefácio de *Comunicação de Massa e Desenvolvimento*, (1976) afirma que:

Schramm em nenhum momento sugere que os governos interessados em promover o progresso através da comunicação se dediquem à propaganda. Séria e cuidadosamente, faz questão de insistir e que tais governos devam preocupar-se apenas em criar condições para o livre trânsito de informação, alcançando todo o país (fábricas de matéria-prima e veículos, novos condutos de informação, infra-estrutura para comunicação a distância etc., etc.) e assim permitindo que cheguem à comunidade todas as informações que deverão despertar nela a vontade de progredir. O segredo é criar as vias de acesso, os condutos comunicativos, e não apenas carregar artificialmente, sem a devida estrutura, a massa informativa.

No contexto atual de globalização, o conceito de TV regional tem sido pauta de discussão entre os profissionais e acadêmicos de mídia, mais especificamente, de mídia regional devido a um movimento de fluxo e contra-fluxo de informações, que se estabelece pela necessidade de vínculo às

raízes, ao local e ao regional. Com a aceleração da economia global foram se estabelecendo relações comerciais entre os países e a necessidade, cada vez maior, de se estabelecer uma comunicação eficaz.

Moragas afirma que *“the concept of regional television has often been used to describe a form of television specializing in local news and folklore; moreover, the very idea of ‘regional’ has usually been linked with narrow local interest and decentralization of a purely administrative nature.”* (MORAGAS, 1995, p. 5) Dessa forma, percebemos que o conceito de TV regional, conforme Moragas, está relacionado ao local e, por consequência, ao regional e acrescentaríamos, em termos de identidade cultural. Há a necessidade de se informar notícias locais

Para Stuart Hall a identidade é relacional, dessa forma um povo admite a sua identidade, a partir de outra identidade, ou seja, a partir a relação com outro povo, em que são estabelecidas as diferenças. Dessa forma, a identidade passa a ser marcado pela diferença.

Assim, a partir dessa constatação, percebe-se que a identidade é relacional vejamos o que afirma Stuart Hall (p. 04) citando Michael Ignatieff, que aponta algumas questões, dentre elas:

A identidade é, na verdade, relacional e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades (na afirmação das identidades nacionais, por exemplo, os sistemas representacionais que marcam a diferença podem incluir um uniforme, uma bandeira nacional ou mesmo os cigarros que são fumados).

Dessa forma, para conceituar identidade é necessário um sistema classificatório, em que mostrem como as relações sociais são organizadas e divididas, como por exemplo, gaúchos e nordestinos, paulistas e cariocas, pantaneiros e amazonenses.

Rutherford (*apud* Hall, p. 19) afirma que *“... identidade marca o encontro de nosso passado com as relações sociais, culturais e econômicas nas quais vivemos agora... a identidade é a intersecção de nossas vidas cotidianas com as relações econômicas e políticas de subordinação e dominação”*. Com isso, os sistemas simbólicos nos ajudam a dar sentido às experiências cotidianas. A festa popular religiosa, por sua vez além de marcar este encontro do passado com as nossas relações sociais, proporciona a identidade cultural.

A religião, ou religiosidade, possui um caráter aglutinador para a vida de uma comunidade, sendo capaz de mobilizar um grupo inteiro. Assim, podemos tomar como exemplo a Festa do Círio, veiculada como manifestação popular (festa) e celebrada no Brasil pode alavancar o desenvolvimento regional.

Além de todo o movimento turístico, gastronômico, há o comércio, formal e informal, acentuado de bens simbólicos. O consumo cultural de bens simbólicos (Bourdieu) movimentada a chamada indústria da criatividade. Nesta, são produzidas para comercialização, além dos santos, ex-votos, terços, panfletos, “santinhos”, pulseiras, camisetas, bonés, fitas, além de diversos objetos com motivos religiosos e a marca “Belém do Pará”.

Com essa marca vem a promoção Local e Regional. Num mundo cada vez mais sem fronteiras, a valorização do Local e Regional tem se expandido devido a vários fatores, dentre eles, a dispersão de cidadãos espalhados pelo mundo, porém não se esquecem da sua terra natal, sua cultura, sua culinária, sua tradições religiosas, seu idioma, enfim, sua identidade.

O contra-fluxo de informações tem sido outro fator que tem beneficiado o desenvolvimento Local e Regional. A partir da publicação das Festas, que são realizadas antecipadamente, há um movimento de incentivo ao Turismo. A cidade precisa se preparar para receber seus visitantes que trarão suas contribuições econômicas e comerciais à comunidade local e regional. Por outro lado, quem não pode visitar a cidade, tem a oportunidade de acompanhar os eventos regionais através dos meios de comunicação de massa que aumentam a audiência via TV regional.

Dessa forma, a televisão regional vem suprir uma deficiência da TV nacional, que é poder dar mais atenção aos acontecimentos locais e regionais, de interesse público, como também, trabalhar com o contra-fluxo da informação, levando o local e o regional ao global. Assim, um paraense que está em outro país, pode ter acesso à celebração do Círio de Nazaré, através das TVs por assinatura (via cabo).

Quebrando as barreiras territoriais para o consumo de bens simbólicos (Bourdieu), a festa religiosa do Círio de Nazaré exemplifica o papel da TV regional.

Um panorama da mídia na região Norte do país, onde acontece a Festa anual do Círio de Nazaré, pode ser traçado da seguinte forma:

	<b>RADIO</b>	<b>JORNAL</b>	<b>TV ABERTA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ACRE</b>	4	6	8	<b>18</b>
<b>AMAPÁ</b>	3	1	4	<b>8</b>
<b>AMAZONAS</b>	20	5	10	<b>35</b>
<b>PARÁ</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>70</b>

<b>RONDONIA</b>	24	13	15	<b>52</b>
<b>RORAIMA</b>	3	2	3	<b>8</b>
<b>TOCANTINS</b>	7	6	10	<b>23</b>
<b>TOTAIS</b>	<b>89</b>	<b>47</b>	<b>78</b>	<b>214</b>

Conforme o Anuário de Mídia 2006, o Estado do Pará possui no total 70 concessões, sendo 28 de rádio, 14 de jornais e 28 Tvs abertas. É o Estado da região Norte com o maior número de mídias.

A afiliada da Rede Globo de Televisão no Pará é a TV Liberal, pertencente às Organizações Rômulo Maiorana, que transmite anualmente a Festa do Círio para toda a região.

A Rede Globo de Televisão, através de seu Departamento Geral de Comercialização realiza anualmente uma Feira de Eventos Regionais, que está na sua 9ª edição, em que coloca à disposição para compra vários eventos nos ramos do: Agronegócio, Culturais e Folclóricos, Ecológicos, Esportivos, Gastronômicos, Inverno e Festas Juninas, Religiosos, Sociais e Comunitários e Verão. Os eventos dispostos no catálogo são negociados e então vendidos para transmissão.

Os eventos culturais e folclóricos são subdivididos regionalmente, sendo:

<b>NORTE</b>	<b>NORDESTE</b>	<b>CENTRO-OESTE</b>	<b>SUDESTE</b>	<b>SUL</b>
Folclore Na Floresta 2006	São João É No Pelô	Raízes	23º Festival De Música De Alegre	Curitiba - O Natal Do Mundo Está Aqui
50o Festival Folclórico Do Amazonas	Arraiá Do Ceará Ceará Forró Fest		Causos Mineiros Encontro De Violeiros	Festival Paranaense De Bandas
Círio De Nazaré 2006	Arraial Do Maranhão 2006		Brincadeira De Criança	Aniversário De Porto Alegre - Caminhada Histórica
Projeto Junino 2006	Do São João 2006		Festival De Inverno	
SAIRÉ 2005	Alma Nordestina		Caravana Artemanha	Festival De Cinema De Gramado 2006
	Causos Nordestinos		Navegando Na Cidade	Globaltech 2006
	Paixão De Cristo		Festa Do Divino 2006	Festas De Outubro 2006 SC
	São João Do Nordeste		Sushi Fest	Festival Da Serra SC 2006
	Abril Pro Rock		Caminhada Histórica De São Paulo	67ª Festa Das Flores
	Festival De Verão Do Recife		Festival De Dança - Campos Do Jordão	
	São João Da Capitá		2ª Caminhada Histórica No Centro De Santos	
	Arraiá No Sertão			
	Auto Da Liberdade			
	Ensaio Geral			
	Festival De Quadrilhas Juninas			
	Forraço - IV Encontro Regional do Forró			
	Mossoró Cidade Junina			

	São João Da Gente			
--	----------------------	--	--	--

Para este artigo, nos deteremos a Festa do Círio de Nazaré, Região Norte, coberta pela TV Liberal, da Rede Liberal, pertencente às Organizações Rômulo Maiorana.

## 5. O Círio de Nazaré e os seus benefícios ao desenvolvimento regional.

Considerada a maior festa Mariana do mundo, a Festa do Círio de Nazaré é realizada em Belém, no Estado do Pará, no mês de outubro. A cobertura deste evento religioso é realizado pela TV Liberal, pertencente às Organizações Rômulo Maiorana, afiliada da Rede Globo de Televisão no Estado do Pará.

O Círio de Nazaré uma festa religiosa de destaque nacional. Segundo o projeto da Festa, O Círio de Nazaré é destaque nacional por ser uma celebração religiosa com ampla demonstração de fé e solidariedade ao apresentar estrutura complexa com diferentes celebrações e festividades, antes e depois da procissão do segundo domingo de outubro, conseguindo reunir em torno de dois milhões de pessoas na cidade de Belém do Pará. Foi considerado que os festejos religiosos e profanos em torno do Círio atraem também turistas e curiosos de todas as partes do Brasil e de Países estrangeiros.

A TV Liberal para realizar o contra-fluxo da informação e disponibilizar a cobertura completa da Festa do Círio, desenvolveu um plano de comunicação especial. O projeto da festa prevê uma produção especial, com transmissões ao vivo e por satélite, contando com uma equipe com mais de 100 profissionais, a TV Liberal disponibiliza um produto de visibilidade e prestígio ao mercado. O plano de comunicação da Festa do Círio para 2006 totaliza 300 inserções ao longo dos meses de agosto, setembro e outubro/2006.

### 5.1. A cobertura da Festa do Círio de Nazaré<sup>6</sup>

A Festa do Círio, que acontece desde 1793 e dura duas semanas, tem sua origem em Portugal, em que o nome “Círio” (do latim *cereus*) que significa vela grande, designava uma romaria que ia de uma aldeia a outra. Em Belém, a festa do Círio de Nazaré tem início na manhã de sábado, véspera do 2º domingo de outubro, com a procissão Rodo-Fluvial, continuando até à noite com a Transladação, que faz o caminho inverso da grande procissão de domingo, que acontece a mais de duzentos anos, percorrendo um trajeto de cinco quilômetros pelo centro de Belém e as várias manifestações que compõem as festividades do Círio se estendem ao longo de quinze dias, até o Recírio.

O evento é considerado como a maior festa Mariana do mundo. Uma procissão onde uma pequena imagem da Virgem de Nazaré é transportada da Catedral de Belém para a Basílica de Nossa Senhora de Nazaré. São aproximadamente 5 km pelas principais ruas da cidade. Por onde passa, a imagem da Santa é homenageada com queima de fogos de artifício e chuva de papel picado. Uma história que se repete há mais de dois séculos com um número cada vez maior de romeiros, em uma demonstração do fervor religioso e da cultura do povo paraense.

A TV Liberal tem a maior cobertura do evento, a partir de uma programação especial preparada especialmente para o Círio 2006, envolvendo produção de chamadas, clipes, matérias jornalísticas especiais e a transmissão ao vivo e na íntegra de toda a grande procissão, além de outras informações através de um *hot site* na internet. Para 2006, a previsão domiciliar será de 12.600 GRPs e 118 milhões de impactos, contando com 300 inserções (Ago: 27; Set. 114; Out. 159). No período de 23 de agosto a 7 de outubro de 2006, a chamada e a transmissão incluirão 156 inserções, com a duração de 60 minutos.

A transmissão do Círio 2005 organizada pela TV Liberal foi considerada uma operação de êxito. Sob a coordenação da jornalista Leni Sampaio e com a participação de mais de 80 profissionais, a Festa do Círio de Nazaré 2005 foi transmitida a mais de 140 municípios do Estado do Pará e a Aldeia Global através do Portal ORM, em parceria com a TV Liberal. No portal ORM, foi constatado que mais de 10 mil pessoas acessaram o site, especial do Círio 2005, e a Redação on-line recebeu mais de 600 e-mails, inclusive com a participação de pessoas de vários países como: Dinamarca, Portugal, Holanda e Japão, sendo que algumas dessas mensagens foram lidas no ar pelo jornalista Ronaldo Penna. A transmissão contou com os comentários do sociólogo Emanuel Matos, do engenheiro João Carlos Oliveira, que já foi coordenador da Festa e do professor João Carlos Pereira, mediados pelo jornalista Ronaldo Penna.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Extraído do Projeto Círio de Nazaré da TV Liberal, afiliada da Rede Globo de Televisão, através de seu Departamento Comercial. Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/feiradeeventos2005/projetos/CIRION-PA.pdf>. Acesso em 30.06.06.

<sup>7</sup> Informações extraídas do site: [www.orm/projetos/cirio/2005/](http://www.orm/projetos/cirio/2005/).

O 213º Círio de Nossa Senhora de Nazaré, aglutinou uma multidão no domingo 9 de outubro de 2005, conforme informações do Corpo de Bombeiros. Festa do Círio de Nazaré, que é considerada a maior desta Mariana do mundo e a maior manifestação religiosa da América Latina, concentra o maior público de fiéis católicos no mundo, levou 2 milhões de pessoas, sendo 65 mil turistas. Entre fiéis católicos, peregrinos que pagavam promessa e turistas, às ruas de Belém do Pará<sup>8</sup>. A estimativa é da Paratur (Companhia Paraense de Turismo, órgão público estadual). Em 2005, a procissão começou às 7h00 e realizou o percurso de 4,5 Km em apenas cinco horas, se tornando a mais curtas nos 213 anos de Círio.

Os fiéis e devotos acompanham a imagem de Nossa Senhora de Nazaré levada em uma berlinda por um percurso de quatro quilômetros e meio. A caminhada sai da Igreja da Sé até a Basílica de Nazaré, passando pelo centro histórico de Belém, com uma duração média de seis horas de percurso, em que a imagem recebe várias homenagens, como a queima de fogos, organizada pelos funcionários do porto da cidade.

Muitos devotos que acompanham o cortejo estão pagando promessas e carregam consigo ex-votos, réplicas de casas, barcos e miniaturas de bens conseguidos e graças alcançadas. Dessa forma, eles acreditam estar publicizando a graça alcançada. Neste sentido, Luiz Beltrão publicou o artigo "O ex-voto como veículo jornalístico", publicado pela primeira vez em 1965, na revista científica *Comunicação & Problemas*<sup>9</sup>.

A participação de artistas, políticos e autoridades religiosas do meio ecumênico também participam da Festa. São momentos de emoção, solidariedade, companheirismo, que estimulam a solidariedade entre as pessoas e entre os povos. Petições por um mundo melhor, de paz, amor e uma vida digna para todos, estão presentes. Há um sentimento muito forte de fé e esperança por um futuro melhor. Romeiros de toda a Região Amazônica e de outras partes do Brasil e do exterior comparecem anualmente aos festejos.

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva enviou mensagem ao povo paraense por ocasião da celebração do Círio de Nazaré. Em 2005, na mensagem, divulgada pela Secretaria de Imprensa e Porta-Voz, o presidente destaca que "o Círio é um dos grandes momentos de devoção, solidariedade e reafirmação dos laços familiares do povo brasileiro".<sup>10</sup>

A cidade de Belém do Pará se transforma e as fachadas dos comércios, bancos e casarões do século XVIII são enfeitados e a cidade recebe com atenção os milhares de turistas que vêm para festejar com o povo paraense. Mesmo sob o sol e forte calor, que às vezes passa dos 40º, os fiéis caminham segurando a "Corda", um dos maiores símbolos do Círio, sendo uma das cenas mais emocionantes da procissão, em que os fiéis fazem de tudo para manter as mãos na corda, que tem cerca de 300 metros de comprimento e é atrelada à berlinda que leva a imagem da Santa. Os "promesseiros", como são chamadas as pessoas que participam do cortejo, chegam mais cedo na esperança de segurar a corda que é puxada durante a procissão e cumprir uma penitência por alguma graça alcançada.

A romaria fluvial, que acontece no sábado que antecede o domingo do Círio, reúne embarcações dos mais variados tipos e tamanhos, que juntas somam cerca de 250 embarcações que participam do evento desde 1986<sup>11</sup>.

Para a cobertura do Círio, a TV Liberal, afiliada da Rede Globo de Televisão, transmitirá a Festa do Círio via satélite. Vejamos como ficará a cobertura 2006 da maior Festa Mariana do mundo:

1. **Detalhamento das inserções: Chamadas (Envolvimento, Rodo-Fluvial, Transmissão, Círio das Crianças e Recírio):** Chamadas criadas para envolver os telespectadores no clima da maior festa religiosa do país, serão exibidas divulgando a cobertura da TV Liberal e os eventos que fazem parte das diversas manifestações ocorridas no mês de outubro.
2. **Clipes Círio 2006:** Exibe imagens emocionantes que traduzem a importância do Círio de Nazaré como uma das maiores festas religiosas do país: a corda, a berlinda, os fogos, as comidas típicas, as imagens da cera e as promessas são elementos que traduzem a força dessa festa.
3. **Blocos de Notícias - (Bom Dia Pará, Jornal Liberal 1ª Edição e Jornal Liberal 2ª edição):** A mais completa cobertura do Círio de Nazaré 2006 nos telejornais Bom Dia Pará, Jornal Liberal 1ª Edição e Jornal Liberal 2ª Edição, trazendo as notícias e os fatos que fazem o Círio de Nazaré um espetáculo de fé único.
4. **Flashes ao Vivo Procissão Rodo/Fluvial:** A procissão rodoviária e fluvial, que percorre as ruas e os rios de Belém e do Distrito de Icoaraci, mobilizando milhares de pessoas em carros,

<sup>8</sup> Extraído do site: <http://br.news.yahoo.com/051009/5/y74v.html>

<sup>9</sup> O texto foi recentemente publicado em: BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. Cátedra Unesco/Umesp, 2004.

<sup>10</sup> Extraído do site: <http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI700928-EI306,00.html>

<sup>11</sup> Extraído do site: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u113925.shtml>.

motos e barcos terá uma cobertura especial através de flashes ao vivo pela TV Liberal na manhã de sábado, véspera do Círio.

5. **Transmissão Ao Vivo do Círio 2006:** A procissão do Círio de Nazaré, o ponto alto da grande festa do povo paraense, será transmitida via satélite ao vivo na íntegra para todas as emissoras da TV Liberal no Estado a partir das 07:00 da manhã, apresentando todos os detalhes do evento, para milhões de telespectadores em todo o Pará.

Além de toda a cobertura midiática, há na região uma revista segmentada que cobre toda a Festa do Círio de Nazaré. A Revista Círios<sup>12</sup> publica, posteriormente, toda a cobertura da Festa do Círio. Fundada em 08/07/1994, a Revista possui 13 edições, com uma tiragem anual de 150.000 exemplares. Com distribuição dirigida, segmentada, bem como por bancas de revistas e equipes próprias, a revista é regional, e é distribuída a fiéis católicos de várias partes do mundo. Suas edições chegam através de distribuidores, além do Brasil, a países como Guiana Francesa, Portugal, Espanha, França, Itália, Vaticano e Estados Unidos (Flórida)<sup>13</sup>, ou seja, uma revista local é internacionalizada, realizando o processo de contra-fluxo (do local ao global).

A questão que levantamos é que a espetacularização do sagrado, através da mídia regional, leva a publicização deste evento e, conseqüentemente, aqueles que são seus fiéis vão aglutinar-se por ocasião da Festa, que dura praticamente um mês inteiro, movimentando o turismo, gerando emprego e renda aos cidadãos locais e, conseqüentemente, contribuindo para o PIP regional.

Dessa forma, entendemos que a mídia regional pode contribuir para o desenvolvimento regional, na medida que realiza a cobertura de um evento local ou regional e o projeta nos meios de comunicação de massa, alcançando, no caso específico da Festa do Círio de Nazaré, fiéis católicos do mundo inteiro, através da TV via satélite, via cabo, via internet, via rádio, proporcionando a publicização de um espetáculo religioso a fiéis do mundo inteiro.

## 5.2. Turismo

O Estado do Pará representa 16,66% do território brasileiro e 26% da Amazônia, ocupando 1.248,042 quilômetros quadrados no norte do Brasil, divididos em 143 municípios. O Estado é guardião da maior província mineral do planeta e de cinco dos principais pólos turísticos da Amazônia: Belém, Marajó, Amazônia Atlântica, Tapajós, Araguaia-Tocantins e Xingu, representando 49,2% da diversidade turística da Amazônia. Também são referência nacional os inúmeros eventos programados durante o ano inteiro, além do Círio de Nazaré, em Belém; a Festa do Çairé, em Santarém e a Marujada, em Bragança. É essa riqueza cultural, associada à culinária indígena, que os participantes do Círio 2004 vão encontrar em Belém. Nos seis pólos turísticos identificados, 17 municípios disponibilizam aos visitantes uma infra-estrutura e belezas naturais prontas para receber turistas de todo mundo. "Durante sete meses realizamos workshops com visitas em todos esses municípios e agregando os demais que também tem potencial turístico em torno desses seis pólos para termos uma visão de roteiros regionalizados", afirma Adenauer Góes, presidente da Companhia Paraense de Turismo (Paratur), Adenauer Góes<sup>14</sup>.

Belém está localizada ao Norte do Brasil, às margens da Baía do Guajará e do rio Guamá, no estuário do rio Pará. Sua população é de 1.279.861 habitantes e área de 51.569,30 hectares, sendo que dois terços de seu território são formados de ilhas.

A Região Metropolitana da cidade de Belém abrange cinco municípios: Ananindeua, Marituba, Benevides, Santa Isabel do Pará e Santa Bárbara do Pará. O clima da região é quente e úmido com um alto índice de chuvas.

A capital do Pará também é chamada de Cidade Morena ou Cidade das Mangueiras, por encantar algumas ruas com seus belos túneis de mangueiras. Uma metrópole localizada bem no coração da Amazônia e considerada a "Obra Prima da Amazônia".

O cenário urbano de Belém se confronta com os mistérios da floresta. Tipicamente amazônica, é desenhada por rios, igarapés e canais. Dois terços de seu território são formados por ilhas, 39 delas já identificadas e habitadas.

Em 12 de janeiro de 1616 a expedição portuguesa liderada por Francisco Caldeira Castelo Branco desembarcou às margens da baía do Guajará, onde foi erguido o Forte do Presépio, hoje Forte do Castelo. O objetivo era evitar a ocupação dos holandeses, ingleses e franceses que estavam tomando o norte da América do Sul. Batizada pelos portugueses como Feliz Lusitânia, já se chamou Santa Maria do Grão Pará, Santa Maria de Belém Grão Pará e, finalmente, Belém, nome de um dos bairros mais antigos de Lisboa, a capital portuguesa. Da bagagem trazida pelos portugueses ficou a herança arquitetônica vista nos antigos casarões, palacetes e igrejas da Cidade Velha – o primeiro bairro da capital paraense. Sua população também carrega outra herança: a étnica, que mistura

<sup>12</sup> Extraído do site: [www.cirios.com.br](http://www.cirios.com.br)

<sup>13</sup> Dados coletados em entrevista realizada, via e-mail, com o Diretor-editor da Revista Círios Ronaldo Hühn.

<sup>14</sup> Extraído do site: [http://www.pa.gov.br/hotsite/ciriodenazare/s\\_noticias\\_019.asp](http://www.pa.gov.br/hotsite/ciriodenazare/s_noticias_019.asp).

traços do branco europeu, do negro e, principalmente, do índio da Amazônia, mostrando as características deste povo tropical.<sup>15</sup>

A Festa do Círio de Nazaré é, sem dúvida, uma das principais demonstrações do potencial que o Estado do Pará tem para o turismo religioso. Em 2000, somou quase 2 milhões de fiéis. Os dados da Paratur (Companhia Paraense de Turismo) mostram que em 2005 o Estado recebeu 39.951 turistas, sendo que 3 mil deles eram estrangeiros<sup>16</sup>.

O Estado do Pará possui um Plano de desenvolvimento turístico que além do Círio de Nazaré está se preparando para contemplar outros Círios como é o caso do círio da Vigia, no pólo Costa Atlântica; e o de Oriximiná com um círio fluvial, que fica no pólo Tapajós.

Adenauer, Secretário de Turismo do Estado do Pará, afirma que enquanto produto do turismo religioso, o Círio de Nazaré é um potencial do Estado e que está sendo elaborado um Plano de Desenvolvimento Turístico, que contempla a Festa do Círio com o objetivo de proporcionar o desenvolvimento regional.

A confecção do plano de desenvolvimento turístico está contemplando um primeiro espaço para 2006. Porém, o grande desenvolvimento dessa atividade como um negócio propriamente dito, está muito ligada à questão do comprometimento e participação empresarial. E este comprometimento e essa participação estão nos surpreendendo no sentido da celeridade com que está ocorrendo. Tanto no sentido de empresas que querem comprar o produto Pará como de empresas paraenses que estão formatando o produto Pará. Então, à medida que esse processo avança, mais e mais esse processo se consolida. (MÍDIA INDEPENDENTE, 2005)

A cidade de Belém fica a aproximadamente 2.347 Km de Brasília, 2.933 km de São Paulo e a 3.453 do Rio de Janeiro. Possui 7 hotéis, segundo informações do O Globo, e uma infra-estrutura básica para receber seus turistas, contando com portos, aeroporto internacional e terminal interestadual de ônibus, além de vários hotéis, bares e restaurantes.

Uma das grandes atrações da cidade é o mercado do Ver-o-Peso. Considerada a maior feira livre do Brasil construída no século XVIII e está sendo avaliada pela UNESCO para ser transformada em Patrimônio Cultural da Humanidade. Para o turista vale a pena visitar a Cidade Velha para conhecer a Igreja de Santo Alexandre e o Museu de Arte Sacra, que fazem parte do projeto Feliz Lusitânia. O teatro da Paz, construído nos tempos áureos da borracha, é uma herança cultural da cidade. Outros pontos turísticos importantes da cidade são:

1. **A Basílica de Nazaré:** construída em 1908, uma reprodução da Igreja de São Paulo, em Roma;
2. **Igreja da Sé:** Construída no Forte do Presépio, a primeira capela dedicada ao culto católico em Belém data de 1616;
3. **Igreja de Santo Alexandre:** Construída por volta de 1653, o templo religioso era apenas uma simples capela de taipa com cobertura de telha e chamava-se Igreja de São Francisco Xavier. Guarda características da arquitetura do século XVIII e é inspirada nos principais templos jesuíticos do Brasil e da Europa;
4. **Museu de Arte Sacra do Pará (MAS):** inaugurado em 28 de setembro de 1998, tem seu lugar no conjunto formado pela Igreja de Santo Alexandre e o Palácio Episcopal, datados do século XVIII, no bairro da Cidade Velha.
5. **Museu do Estado do Pará (MEP):** foi erguido por ordem do Marquês de Pombal, que queria transferir a corte portuguesa para o Pará. O Palácio Lauro Sodré, antigo Palácio do Governo, foi construído no final do século XVIII. No final da década de 80, o espaço foi transformado no Museu do Estado do Pará.
6. **Estação das Docas:** A área construída, estende-se por 500 metros, forma um conjunto cultural e turístico com outros prédios históricos restaurados e revitalizados.
7. **Forte do Castelo:** o projeto Feliz Lusitânia, na sua terceira fase, restaurou o Forte do Castelo, o Casario da Rua Padre Champagnat e a Casa das Onze Janelas, no bairro da Cidade Velha em Belém.
8. **Parque da Residência:** é um dos mais belos pontos de cultura, lazer e turismo de Belém. A antiga residência oficial dos governadores paraenses é um grande exemplo de luxo e

<sup>15</sup> Onde ficar? O Turismo em Belém do Pará em época de Círio. Extraído do site:

<http://oglobo.globo.com/especiais/cirio/belem.htm>.

<sup>16</sup> Turismo religioso cresce com o Círio de Nazaré. Extraído de Starnews/Portal da Amazônia:

<http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2005/10/332264.shtml>.

beleza localizado bem no centro da cidade. As opções de lazer do espaço incluem teatro, anfiteatro, restaurante, exposição permanente de orquídeas, venda de artesanatos e outros. Abriga, ainda, a sede da Secretaria Executiva de Cultura (Secult).

9. **Ver-o-Peso:** é a maior feira livre da América Latina e um dos mais significativos símbolos de representação do povo e da cultura paraense. É considerado um Cartão Postal de Belém do Pará; o lugar concentra misticismo, crença, hábito e atividades expressivas da população amazônica. A arquitetura do Ver-o-Peso combina estilos neoclássicos com peças de ferro e gradil importados da Europa. Atualmente, a feira está sendo avaliada pela Unesco para ser tombada como Patrimônio da Humanidade.

Segundo o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-Econômicos (Dieese-Pa), em 2003, cerca de 1,8 milhão de pessoas participaram do Círio de Nazaré em Belém. Foram 39 mil turistas, que deixaram uma receita na ordem de 8,2 milhões de dólares. As projeções para 2004 indicam que estes números serão maiores. São aguardados mais de 40,3 mil turistas, que devem gerar retorno de quase 8,4 milhões de dólares.

Devido a uma comida típica da região “pato no tucupi”, há um grande consumo desta iguaria, sendo que apenas na época da Festa do Círio, quase 100% das aves são consumidas em Belém. Anteriormente o abastecimento era feito pelo Maranhão e por outros Estados, hoje, esse quadro começa a se inverter e o “pato no tucupi”, consumido no tradicional almoço do segundo domingo de outubro, é produzido no Pará. Com o objetivo de fomentar a produção de patos para suprir a demanda da época do Círio, foi criado o “Projeto Pato Regional”. Desenvolvido em parceria com as prefeituras, o projeto fornece por ano cerca de 500 lotes de patos aos pequenos criadores interessados. Esse projeto é coordenado pelas Secretarias Especial de Produção e Secretaria Executiva de Agricultura e, conforme informações do site do Governo do Estado do Pará<sup>17</sup>, já começa a mostrar resultados: “hoje mais de 50% dos patos que abastecem Belém na época do Círio de Nazaré são produzidos no Pará”, conforme o Secretário Executivo de Agricultura, Wandenkolk Gonçalves.

Percebendo que este é um filão que a cada ano fica mais forte, o Governo do Pará vem promovendo pesquisas para identificar o perfil e a origem dos turistas que buscam ver o Círio de Nazaré bem de perto. O objetivo do trabalho, coordenado pela Companhia Paraense de Turismo (Paratur), é reunir informações que possibilitem a definição de uma política de marketing direcionada aos mercados em potencial.

Para isso são utilizados questionários nos pontos de entrada e saída da cidade, a pesquisa confirmou que, além do grande fluxo deromeiros vindos do interior do Estado, que representam praticamente 29% do total de brasileiros que visitam a cidade durante a festividade, estados próximos ao Pará, como Amapá (11,75%) e Maranhão (10,69%), estão em segundo lugar no envio de turistas.

Uma curiosidade é que o Amazonas, que também faz fronteira com o Pará, envia menos turistas ao Pará que São Paulo, bem mais distante. Enquanto o primeiro aparece com 10,52% do total de turistas, o segundo é responsável por 9,24%. Ceará, Rio de Janeiro e Bahia completam os Estados que mais enviam turistas ao Pará durante a festa nazarena. A Guiana Francesa, por sua vez, é o país de origem de quase 24% dos turistas estrangeiros. Entre os primeiros aparecem também França (18,4%), Portugal (13%) Estados Unidos (10,8%) e Holanda (7,6%).

A grande motivação para a visita da região demonstrada por metade dos turistas entrevistados é a realização da maior Festa Mariana do mundo, o Círio de Nazaré. Belém também é muito procurada por pessoas que vão a negócios ou participar de congressos e convenções. além dos atrativos turísticos e naturais da região.

Segundo os dados de 2003, a faixa etária dos turistas que visitaram Belém por ocasião do Círio, se concentrou de 35 a 50 anos, sendo que praticamente 62% eram homens. A maioria também chegou à cidade utilizando como meio de transporte o avião (65,2%) ou ônibus (19,8%) e permaneceu em média 6,7 dias. As exceções foram os turistas norte-americanos, que ficaram 9,6 dias em Belém, e os portugueses, que estenderam a visita por 11 dias.

Tanto a pesquisa da Paratur, quanto o trabalho do Dieese, demonstram claramente que setores econômicos do Pará como o Turismo, a Indústria, Serviços e Comércio e até a economia informal têm sido impulsionados ao longo dos anos, durante o período da Festa do Círio, gerando com isso, centenas de empregos.

<sup>17</sup> Extraído do site: [http://www.pa.gov.br/hotsite/ciriodenazare/s\\_noticias\\_019.asp](http://www.pa.gov.br/hotsite/ciriodenazare/s_noticias_019.asp).

## CONCLUSÃO

A Festa do Círio de Nazaré é portanto, como afirma Regina Alves em sua dissertação de mestrado intitulada “Círio de Nazaré, da Taba Televisiva à Aldeia Global” (2002), é uma manifestação regional “que compele uma alteração da programação nacional repetida no estado do Pará (com a transmissão ao vivo do evento, instaura-se um “hiato de regionalização” na programação televisiva local)”. Isso, porque é uma programação local que ganha espaço na mídia regional, sendo coberta pela TV Liberal, pelo portal ORM, bem como pela Revista Círios, e outras mídias.

Dessa maneira, o fenômeno da glocalização, abordada por Roland Robertson, é evidenciada a partir do momento em que uma programação local sai de seu âmbito local e regional e toma dimensões globais: é o contra-fluxo da informação.

A mídia regional vem sendo valorizada, pois com a constante migração das pessoas na aldeia global, percebeu-se um filão de mercado que está justamente nas manifestações culturais da origem dessas pessoas.

Além disso, outra questão interessante é que com a internacionalização da Festa do Círio de Nazaré, através da mídia, percebeu-se um aumento significativo de turistas estrangeiros que vem prestigiar o evento, participando do turismo religioso, ecológico, gastronômico e cultural, disponível na região, o que movimentava a economia local e regional.

## BIBLIOGRAFIA

ADORNO. T. **A indústria cultural**. In: COHN, Gabriel. Comunicação e indústria cultural. 5ª edição, T.A. Queiroz, Editor.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 2ª edição,

**CÍRIOS DE NAZARÉ: Festa Ecumênica da Fraternidade**. Edição 2002, Editora Círios, ISSN 1677-7158.

FIGUEIREDO, A.; CÁDIMA, R.; MARTINS, Zélia. **Os media regionais em Portugal**. Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, Ano I, nº 1, abril 2003, p.79- 94.

GEERTZ, Cliford. **A interpretação das culturas**.

GERAQUE, Eduardo. **Diversidade cultural em tempo de globalização: o renascimento dos regionalismos brasileiros**. Agência FAPESP, 12/04/2006.

HERSKOVITS, Melville J. Man and his works. **Antropologia cultural**. Tomo II, São Paulo: Ed. Mestre Jou, 1973.

JORNAL DO BRASIL. **Idéias: uma fusão de alta voltagem – contaminação inevitável mostra que é hora de rever o conceito de cultura popular**. Sábado, 23 de setembro de 2000.

LÖFFLER, Udo. **Concentración económica en el sector de los multimedios: estudio comparado**. CIEDLA/KAS, 1996.

**Mais de 50% dos patos que abastecem Belém para o Círio são produzidos no Pará**. [http://www.pa.gov.br/hotsite/ciriodenazare/s\\_noticias\\_019.asp](http://www.pa.gov.br/hotsite/ciriodenazare/s_noticias_019.asp)

MARQUES DE MELO, J. **Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-americanos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

MARQUES, Gerusa. **Governo assina decreto e TV digital chega a SP em 8 meses Presidente Lula oficializou a adoção do padrão japonês, que será iniciado com transmissões em São Paulo**. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/tecnologia/telecom/noticias/2006/jun/30/103.htm>. Acesso em 30 de junho de 2006 - 12:08.

MATTELART, A. **A globalização da comunicação**. Bauru/São Paulo: EDUSC, 2000.

MORAGAS SPA, Miquel e GARITAONANDÍA, Carmelo (orgs). **Decentralization in the global era: television in the regions, nationalities and small countries of the European Union**. John Libbey & Company: London, England, 1995.

OLIVA, J. & GIANANTI, R. **Espaço e modernidade: temas da geografia do Brasil**. São Paulo: Atual, 1999.

**ONDE FICAR? O TURISMO EM BELÉM DO PARÁ EM ÉPOCA DE CÍRIO**. Extraído do site: <http://oglobo.globo.com/especiais/cirio/belem.htm>

**PROJETO CÍRIO DE NAZARÉ**. TV Liberal, Rede Globo de Televisão, Departamento Comercial. Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/feiradeeventos2005/projetos/CIRION-PA.pdf>. Acesso em 30.06.06.

**PROJETO CÍRIO**. [www.orm/projetos/cirio/2005/](http://www.orm/projetos/cirio/2005/).

**PUBLICATION: MANUAL OF THE AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION**. Fifth Edition.

**REVISTA CÍRIOS**. [www.cirios.com.br](http://www.cirios.com.br).

ROBERTSON, R. **Globalização: teoria social e cultura global**. Petrópolis: Vozes, 2000.

SCHRAMM, W. **Comunicação de Massa e Desenvolvimento**. 1976.

SIMONNETI, Eliana. **Colcha de retalhos**. Indústria Criativa. In: Revista Desafios do Desenvolvimento. Fevereiro de 2006, ano 3, nº 19, p. 21-29.

SREBERNY-MOHAMMADI, Annabelle. **The Global and the Local in International Communications**. In: CURRAN, J. and CUREVITCH, M. (org.) Mass Media and Society. Arnold, 1996.

### SITE CONSULTADO:

<http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2005/10/332264.shtml>.

[http://www.pa.gov.br/hotsite/ciriodenazare/s\\_noticias\\_019.asp](http://www.pa.gov.br/hotsite/ciriodenazare/s_noticias_019.asp).

<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI700928-EI306,00.html>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u113925.shtml>

[www.orm/projetos/cirio/2005/](http://www.orm/projetos/cirio/2005/).

<http://br.news.yahoo.com/051009/5/y74v.html>

<http://comercial.redeglobo.com.br/feiradeeventos2005/projetos/CIRION-PA.pdf>.