

Romeiros, turismo e devoção nas romarias de Juazeiro do Norte, Ceará, Brasil

*Antonio Mendes da Costa Braga**

*Amanda Priscila Souza e Silva***

*Itamara Freires de Meneses****

Resumo

Partindo de dados de suas pesquisas de campo nas romarias de Juazeiro do Norte, Ceará, Brasil, o autor e as autoras buscam: mostrar que nos primeiros anos do século XXI a categoria “turismo” já estava presente no contexto dessas romarias através de atores econômicos, políticos e eclesiais; que os romeiros, contudo, viam o “turismo” como algo externo e antagônico ao “ser romeiro”; que num intervalo de cerca de dez anos o “turismo” – enquanto categoria nominativa, prática e experiência - foi e vem deixando ser visto por eles como algo necessariamente antagônico às suas experiências romeiras. Analisa-se como e porque isso vem ocorrendo e de que forma o turismo é incorporado por eles como parte de suas práticas e experiências romeiras.

Palavras-chaves: Turismo religioso; Romarias; Padre Cícero.

* Antropólogo, Professor e Pesquisador do Departamento de Sociologia e Antropologia e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências da UNESP, SP, Brasil. Email: tonibraga@uol.com.br

** Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Regional do Cariri. Mestra em Antropologia pela Universidade Federal de Pernambuco. Doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Email: amandiita.st@hotmail.com

*** Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Regional do Cariri. Mestra em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Email: itamarafreires@hotmail.com

Romeiros, tourism and devotion in the pilgrimages of Juazeiro do Norte, Ceará, Brazil

Abstract

The authors seek to show that in the first years of the 21st century the category of tourism was already present in the context of these pilgrimages through economic, political and economic actors, ecclesiastics; that the pilgrims, however, saw “tourism” as something external and antagonistic to the “being”; that in a period of about ten years “tourism” - as a nominative category, practice and experience - has been and is being seen by them as something necessarily antagonistic to their experiences. It analyzes how and why this has occurred and how tourism is incorporated by them as part of their practices and experiences.

Keywords: Religious tourism; Pilgrimages; Padre Cícero.

Romeiros, turismo y devoción en las romerías de Juazeiro do Norte, Ceará, Brasil

Resumen

A partir de datos de sus investigaciones de campo en las romerías de Juazeiro do Norte, Ceará, Brasil, el autor y las autoras buscan: mostrar que en los primeros años del siglo XXI la categoría “turismo” ya estaba presente en el contexto de esas romerías a través de actores económicos políticos y eclesiásticos; que los romeros, sin embargo, veían el “turismo” como algo externo y antagónico al “ser romero”; que en un intervalo de cerca de diez años el “turismo” - como categoría nominativa, práctica y experiencia - ha sido y viene dejando ser visto por ellos como algo necesariamente antagónico a sus experiencias romeras. Se analiza cómo y por qué esto viene ocurriendo y de qué forma el turismo es incorporado por ellos como parte de sus prácticas y experiencias romeras.

Palabras claves: Turismo religioso; Romerías; Padre Cícero.

Introdução

Romarias são rituais fundamentalmente religiosos. Rituais religiosos, contudo, atravessados pelas realidades e questões mais gerais que permeiam a sociedade abrangente onde elas estão inseridas. Por consequência, existem nas romarias influências e mudanças de caráter social que ocorrem submersas ao cenário religioso imediatamente visível. Desta forma, aquilo que parece ser a priori apenas da ordem da religião e da religiosidade, dialoga a todo o momento com atores e realidades e esferas de valores, sentidos e significados que não apenas os da perspectiva religiosa que as atravessam.

Isto ocorre porque a religião é uma parte da realidade social que não passa à margem das transformações e dinâmicas sociais mais amplas e profundas

que ocorrem na sociedade como um todo. Neste sentido, avanços tecnológicos, ampliação da autonomia dos indivíduos frente as forças de coerção social, transformações econômicas, diversificação e aumento das práticas de consumo são exemplos de mudanças mais gerais que ocorrem na sociedade onde se inserem os tipos de romarias aqui tratadas. Mesmo porque o social e o religioso não são dissociáveis. O segundo está contido no primeiro.

Sendo a sociedade uma realidade em constantes transformações, incertezas, remodelações, não é possível pensar as romarias acontecendo à margem das mudanças mais amplas que ocorrem na vida social. É necessário considerar as romarias como estando dentro tanto de estruturas religiosas, quanto das estruturas sociais, culturais e econômicas. E, porque essas estruturas estão sempre se transformando (ainda que em ritmos distintos conforme a sociedade em questão), isto torna as romarias uma realidade social em fluxo, fluida, dentro das quais estão presentes múltiplos atores a realizar diferentes arranjos a partir dos seus diversos interesses. O que implica na introdução e produção de novas práticas, crenças, sentidos.

Partindo das considerações dos parágrafos acima, o que os autores deste artigo buscam é concentrar-se na tentativa de pensar as romarias de Juazeiro do Norte – e seus romeiros, os “romeiros do Padre Cícero”¹ – como fenômeno e como atores religiosos em fluxo, fluido, em transformação e em mudança. E, por conseguinte, analisar como as questões do turismo e do turismo religioso se apresentam nas romarias de Juazeiro do Norte. Para tanto, eles trabalham com os dados obtidos nos momentos e tempos distintos em que cada um realizou sua pesquisa: Braga traz para o texto resultados da pesquisa de campo que realizou entre 2004 e 2006; Silva traz dados obtidos entre 2010 e 2017; Meneses traz dados mais recentes, obtidos em pesquisa de campo realizada entre 2015 e 2018.

Antônio Braga, por exemplo, constatou durante a pesquisa de campo que os termos “turismo” e “turismo religioso” já estavam presentes em muitas discussões feitas em Juazeiro, durante a primeira década do século XXI. Foi observado, entretanto, que eram utilizados e debatidos por lideranças religiosas e políticas locais, por membros das áreas de comércio e serviços e por pessoas do universo acadêmico e intelectual local. O termo “turismo religioso” era, contudo, aparentemente alheio para a grande maioria dos romeiros que vinham para Juazeiro em romaria. E o termo “turismo” (e seu derivado: “turista”), quando usado pelos

¹ As romarias de Juazeiro ocorrem em torno da devoção ao Santo Popular Padre Cícero Romão Batista. Nestas romarias, os romeiros são conhecidos e referem-se a si mesmos como “romeiros do Padre Cícero” por serem devotos desse Santo Popular.

romeiros, era comumente utilizado em dois sentidos: ou para se referir a um tipo de atividade realizada por pessoas que não eram romeiros (logo, subtendia-se que “turista” e “romeiro” eram figuras distintas); ou como uma forma de criticar aqueles romeiros e romeiras que, além da prática devocional, também realizavam atividades de lazer e diversão durante as romarias (BRAGA, 2010).

Naquele contexto de pesquisa, da primeira década do século XXI, um romeiro dizer que outro romeiro “está fazendo turismo”, ou é “turista”, era uma forma de criticá-lo, pondo em evidência que ele estaria se dedicando em demasia ao lazer, à diversão, e que – aos olhos de quem acusava – não estaria realmente fazendo uma romaria como ela deveria ser feita. Ou seja, “turismo e turista” eram tomados pelos romeiros como referentes a realidades externas às romarias. A utilização desses termos se referia muito mais às diferenças e concepções internas aos grupos de romeiros sobre o que era – ou o que deveria ser – uma romaria, do que uma forma de se referir a algo próprio de suas realidades enquanto romeiro

O estudo de Amanda Silva ilumina a questão acima numa outra perspectiva. Pesquisando os romeiros em Juazeiro, a partir de uma abordagem que permitia compreender as experiências deles nas romarias de uma forma mais ampla – isto é, focando em dimensões como o lazer e não apenas nos aspectos religiosos e devocionários – ela observa que as demandas por diversão ocorrem concomitantemente às religiosas, de modo que torna-se difícil compreendê-las de maneira separadas. Para a autora, isso contribui para ressignificações da noção tradicional de romeiro, pois incorpora ao conteúdo devocional aspectos que o complexificam. Os dados obtidos indicam que o romeiro que usualmente é idealizado como “o romeiro tradicional” – romeiro viajante de pau de arara, sério, que apenas reza e anda de chapéu – não deve ser considerado mais romeiro do que aqueles que também desfrutam das situações de diversão oferecidas pelas romarias. Nos dois casos, ambos cumprem suas obrigações devocionais, que é o aspecto fundamental para o reconhecimento da pessoa enquanto romeira. O que ocorre é que a exclusividade das práticas devocionais sucedem em intensidades variadas. Assim como podem variar o tempo e a intensidade que um ou outro romeiro se dedica a atividades de lazer nas romarias.

Itamara Meneses – que vem pesquisando as romarias nesta última metade da segunda década do século XXI – toma as romarias numa linha semelhante. Na sua perspectiva, romarias são um fenômeno plural – em contínua mudança – que é construído por atores permeados por uma multiplicidade de vivências e sentidos. Partindo desta chave interpretativa, e também priorizando os romeiros, ela vem analisando a categoria “turismo religioso” a partir de uma ótica que considera a existência de uma infinidade de tipos de romeiros. Parte da concepção de que as

vivências dos devotos do Padre Cícero, ao realizar romarias, são distintas, plurais e carregadas de novas experiências. Carregadas de novas experiências porque aquele romeiro que vem realizando as romarias, ano após ano, muda, sofre mudanças. Ele não será exatamente o mesmo romeiro da romaria passada. Os locais de devoção a serem visitados, em Juazeiro, podem ser os mesmos, mas os olhares e as vivências não o são. Isto porque aquele romeiro que há trinta anos visita o Juazeiro em períodos de romarias também está sempre em um processo de mudança. E também porque novos romeiros, com novas características, novas formas de ser, novos interesses, entram em cena, começam a fazer parte das romarias. Tanto a sociedade, as romarias, quanto os romeiros mudam. E, para Meneses, essas mudanças são uma parte importante das motivações que levam tantas e tantos romeiros a realizarem romaria atrás de romaria, ano após ano.

Partindo da perspectiva apresentada acima, Meneses aborda as categorias “turismo” e “turismo religioso”, nas romarias de Juazeiro do Norte, associando-as às transformações que ocorrem na sociedade abrangente, a como essas mudanças inserem-se nas romarias e a como o que significa “fazer romaria” vai ganhando novos sentidos para os romeiros devotos do Padre Cícero. Em concordância com a afirmação de Carlos Steil e Sandra Carneiro (2008, p. 108) - de que a experiência turística e religiosa não estão situadas em domínios distintos do social, e baseando-se na sua leitura de que são múltiplos os olhares e as perspectivas desses romeiros - Meneses considera que o “fazer romaria” está também associado ao “fazer turismo religioso”, dado que uma das muitas motivações que levaria o devoto ao Juazeiro pode ser uma motivação de viés turístico.

Compartilhamos a leitura de que romarias são eventos que extrapolam a lógica da linearidade. E, para isso, adotamos dois modelos analíticos: (1) o primeiro é considerar que uma romaria não envolve apenas as lógicas do sacrifício e devoção (sendo esta uma leitura muito comum quando se trata das romarias de Juazeiro). São múltiplas as motivações que podem levar os romeiros ao Juazeiro. Dessa forma, considerar que há outras motivações que não as de cunho devocional é também uma maneira de compreender que os deslocamentos movimentam uma infinidade de percepções; (2) o segundo modelo é considerar - como apontam John Eade e Michel Sallnow (1991) - que uma romaria é uma arena de lutas onde os sentidos colidem. Afinal, os romeiros não estão sós, não são os únicos atores ali presentes. Logo, há colisões, conflitos e negociações de sentidos em torno das práticas e crenças que ali são mobilizadas. E que tornam as romarias um ritual polifônico e polissêmico. E que permite que novos sentidos sejam incorporados nas percepções, ações e interpretações dos atores sociais ali presentes.

O relato abaixo, elaborado a partir de conteúdo presente no caderno de campo de Itamara Meneses – e que se remete a um conjunto de eventos que estavam ocorrendo em um mesmo espaço [uma praça] no “tempo de romaria” (Cordeiro, 2011) [isto é, num momento em que uma romaria está acontecendo em Juazeiro] - ilustra bem o que se está propondo no parágrafo acima:

Na romaria de finados de 2015 realizei um trabalho etnográfico sobre a presença evangélica nas romarias de Juazeiro. Recordo-me que, ao descer do ônibus, já avistando a Praça Padre Cícero, a minha primeira impressão é que Juazeiro vivia um evento, mas não religioso. É óbvio que sabia que estava acontecendo a romaria. Fui para lá justamente na intenção de realizar um trabalho etnográfico. O que quero destacar diz respeito ao fato da romaria ser constituída também por elementos não religiosos, não devocionais. Bares ao redor lotados, música, bebida alcoólica, comércio de artesanato, bancas de alimentação. Apresentações religiosas da Renovação Carismática e também da JOCUM – Jovens Com Uma Missão. Segmento internacional e interdenominacional evangélico.

Além de um espaço que remetia a entretenimento e curtição, a Praça Padre Cícero, naquele momento, também vivia uma ocasião de tensão. A JOCUM é um segmento evangélico que realiza um trabalho de proselitismo nas romarias. Os discursos dos dois grupos revelava o conflito ali estabelecido. A Renovação Carismática, com um discurso voltado mais para o Padre Cícero, e a JOCUM, exaltando a imagem de Jesus Cristo. Percebia a Praça Padre Cícero como um palco que propiciava o show de vários atores. Católicos,romeiros, evangélicos, curiosos. Pregação, pegação, bebidas, músicas e muitos outros elementos.

Interessada em pesquisar a interferência evangélica dentro de um evento explicitamente católico, como as romarias de Juazeiro, Meneses retomou os dados de sua pesquisa, o material contido em seu caderno de campo, e passou a considerar que o turismo era, ou poderia ser, tomado como um dos elementos que ia ganhando relevância nas romarias de Juazeiro.

Lazer, turismo ou diversão?

No caso da pesquisa de Meneses, a primeira vez que a categoria “turismo” surgiu de forma mais explícita no campo, entre aqueles que estavam fazendo romaria, foi no ano de 2018. Era a Romaria de Finados (novembro de 2018). A pesquisadora estava fazendo observações, entrevistas e conversas informais. Foi

quando uma interlocutora falou: “- Eu acho que aqui é tudo turístico”. Laura² estava realizando sua segunda romaria. Veio com a família ao Juazeiro. Sua fala estava atravessada por referências a muitas motivações que a levava a estar ali e por suas expressões e sentimentos de conhecimento e desconhecimento daquele lugar (o Juazeiro das romarias) e pela relação que ela passou a estabelecer com a cidade:

A gente idealizava assim: que era tudo só rezas, acampamentos, na minha mente era isso... Aí, ele disse (o marido dela) vamos parar o carro, procurar saber de alguém onde é que fica a estátua, não é? Para a gente saber, porque todo mundo tirava foto e a gente pensava que era um acampamento, uma coisa totalmente diferente... Paramos o carro, olhamos, ainda sem entender nada... Procuramos um lugar, primeiramente, para se hospedar. Fomos passear na praça e ainda sem entender o que realmente era... Eu queria realmente saber era o que o povo falava de antigamente. E o que era de antigamente? (Fiz a pergunta). A história da pedra³ que a gente tinha algum pecado, (risos) e a gente não sabia nem onde era isso. No outro dia fomos, aí quando cheguei lá, eu achei uma maravilha, assim a estátua. A gente assistiu a missa e eu vi que não era o que a gente idealizava de antes que era aqueles acampamentos, que na minha mente era acampamento. (Laura, 45 anos. Entrevista realizada no dia 31/10/2018).

Durante a entrevista, Laura falava que aquela era a sua segunda romaria no Juazeiro. No ano de 2017, ela também veio com a família. Uma das motivações que surge na fala da interlocutora é conhecer a romaria para verificar o que já tinha ouvido falar sobre o evento. Em vários momentos da entrevista, aos risos, ela fala que a romaria de Juazeiro do Norte é muito diferente do que o povo falava. Além disso, Laura menciona o registro fotográfico. O (des)conhecimento do lugar e do que seria a romaria e o fato de ser levada a conhecê-la pelo que ouviu falar e viu nas fotos, evidencia uma dada perspectiva sobre o que se está tomando aqui como turismo, como turismo religioso. Um turismo que contempla um deslocamento motivado pela devoção, pela religiosidade, mas que não tem a devoção, a religiosidade, como uma motivação exclusiva.

Ao questioná-la sobre o que a fez retornar a romaria ela afirmou: “Nós gostamos da primeira vez que a gente veio (risos) viu que não eram só aqueles acampamentos, tinha muita coisa pra gente ver”. O relato completo de Laura aponta que o “fazer romaria” passa por inúmeras experiências. Neste caso, observa-se, inclusive, que entre a sua primeira e segunda romaria, ela estabelece uma relação

² Optou-se por alterar o nome das pessoas citadas neste artigo. Laura é um nome fictício.

³ Ver o artigo de Antônio Braga (2015), “A Pedra e a Informante e o Etnógrafo”.

mais devocional com Juazeiro e Padre Cícero, como quem passa por um processo de conversão em romeira - sem deixar de ter uma relação de externalidade com muitos aspectos da romaria e Juazeiro. O que é uma atitude típica do turista. As suas curiosidades, uma graça alcançada, a missa, a diversão, fotos, o deslocamento pensado de maneira inusitada, o turismo. Todos esses elementos estão presentes na ida de Laura a Juazeiro no tempo das romarias.

Observa-se que na entrevista com Laura – e na pesquisa de campo de Meneses de uma maneira geral – mantém-se a oposição – presente em muitas das falas dos romeiros – entre o que teria sido a “romaria de antigamente” e o que é a “romaria de hoje”. Oposição essa observada por Braga quando da sua anterior pesquisa de campo há dez anos. A diferença entre o que fora observado por Braga e o que agora é observado por Meneses é que a categoria “turismo”, a ideia de que se está “fazendo turismo” nas romarias de Juazeiro, já não é mais algo tão distante, e nem mesmo algo que está necessariamente numa relação de tensão com a experiência romeira em Juazeiro. Comparando os dados das duas pesquisas, que tem um intervalo de pouco mais de dez anos entre uma e outra, percebe-se o aparecimento de novas formas de “ser romeiro” e uma alteração no sentido romeiro sobre o que é “fazer romaria”. Tendo em vista o tema deste artigo, pode-se dizer que algo foi incorporado aos sentidos e significados sobre o que é “fazer romaria” em Juazeiro, também é “fazer turismo”.

Romaria é ou não é lugar de turismo?

No caso da pesquisa de Antônio Braga, o termo “turismo” e a ideia de “fazer turismo”, quando surgia, tendiam a aparecer entre os romeiros como algo incompatível com o modo que deveria ser uma romaria para os romeiros. O trecho abaixo, feito a partir de dados contidos no caderno de campo de Braga, busca ilustrar isso:

Dona Maria, líder (fretante) de um dos grupos da Associação de Romeiros de uma cidade do interior de Alagoas, estava descontente com as atitudes de alguns romeiros de seu grupo. Principalmente alguns dos mais jovens. Eles pareciam se dedicar mais às festas e diversão de Juazeiro do que às práticas devocionais das romarias. Naquele dia um grupo de jovens romeiros de seu grupo tinha passado o dia quase todo no balneário do Caldas (na cidade de Barbalha), se divertindo. Contrariada ela me fez a seguinte queixa: “– Ah meu filho, as romarias estão mudando muito. Até entre a gente aqui tem muita gente que só quer saber de fazer turismo!”. Depois comentou: “– Esses não vêm mais em minha romaria!”.

Nas romarias que acompanhamos, entre 2004 e 2006 havia uma tensão latente entre fazer as romarias, dedicando-se mais a práticas devocionais ou às práticas de lazer e diversão. Na concepção dos romeiros mais antigos, romaria “não era turismo” (isto é, não era uma oportunidade para se dedicar à lazer e à diversão). Mas os romeiros mais novos traziam outras necessidades, outros desejos, outras concepções. Para eles – para uns mais, outros menos – as romarias eram também uma oportunidade de lazer, de se divertir num lugar diferente da sua cidade. Os termos “turismo”, “turista”, eram parte daqueles termos utilizados nas disputas em torno desses entendimentos distintos – e muitas vezes tensos – sobre o que era fazer romaria.

Um fato curioso ilustra bem como a visão dos romeiros mais antigos opunha-se a ideia de que as romarias eram um lugar de lazer (ainda que isso fosse prática antiga, mesmo entre romeiros mais velhos): era começo da noite, estava deitado numa rede no rancho, no meu quarto, que eu dividia com alguns romeiros mais velhos. Todos com mais de sessenta anos. Seu Bino era um romeiro muito piedoso, empenhado nas práticas devocionais das romarias. Seu Pedro fazia suas práticas devocionais. Mas, do que ele gostava mesmo era de passear em Juazeiro. E, à noite não perdia uma festa. Seu Pedro estava se arrumando para sair. Põe a roupa para sair. Ele coloca o perfume. Para um pouco. Olha para seu Bino e diz: “-Seu Bino, sabe essas missas todas que o senhor vai ai nas romarias, você sabe que elas valem para mim também, não é? Seu Pedro é romeiro antigo. E gosta das festas e diversão que tomam conta de Juazeiro no tempo das romarias. Mas mesmo se dedicando a elas, ele – como romeiro antigo – sabe que romeiro não vem para as romarias por causa das festas.

Como já apontado, quando comparamos os dados das pesquisas de Braga e Meneses, o que se evidencia são duas formas distintas de se conceber a experiência turística como fazendo (ou não fazendo) parte dos tipos de experiências que um romeiro pode fazer dentro de uma romaria em Juazeiro. O fato de Laura se sentir de alguma forma romeira⁴, de ela fazer a romaria com seu próprio carro, de usar o celular para tirar foto ou fazer selfie, o seu olhar de que “há muitas coisas para ‘ver’ em Juazeiro” – nos remete a algo que é característico do olhar do turista (AMIROU, 2007). O imaginário que Laura tinha e trouxe para o Juazeiro, antes de sua primeira romaria, como a sua idealização sobre os “acampamentos” a “estátua” (GRAVARI-BARBAS, GRABURN, 2012), o fato de ela assistir à missa - que naquele contexto é uma prática religiosa e devocional -, são experiências que se conjugam, fazendo parte de uma mesma experiência. Na experiência de Laura e

⁴ O que significa dizer que ela concebe sua experiência ali também como uma experiência devocional.

de seu esposo, a romaria, a devoção e o turismo são realidades, experiências que se completam. Ou pelo menos não são antagônicas. Daí, o fato de se posicionar neste artigo a experiência de Laura como uma forma de turismo religioso.

Já em relação ao contexto anterior, das romarias de Dona Maria e seu grupo, o que se evidenciava era que uma experiência de tipo turística não costumava ser vista pelos romeiros como parte dos conjuntos de experiências constitutivas do que se entendia como “fazer romaria”. Naquele contexto, aqueles romeiros imaginarem Juazeiro como um destino também turístico, era algo que transitava entre o tabu – “não é romaria de verdade” – e a produção de uma relação de tensão entre romeiros mais antigos, que reivindicavam o respeito à tradição estritamente devocional das romarias e romeiros mais novos, que cada vez mais buscavam oportunidades de lazer e diversão em Juazeiro.

O “olhar do turista” que, como aponta Rachid Amirou (2007), se caracteriza pela externalidade, parecia não ter muito espaço naquelas romarias estudadas por Braga. Primeiramente, porque naquele contexto de pesquisa, realizada entre 2004 e 2006, a forma pela qual a grande maioria dos romeiros ingressavam numa romaria era pela inserção através da tradição. Para eles, a primeira romaria – assim como as subsequentes – ocorria por meio da admissão e inserção em um grupo que há muitos anos vinha fazendo romarias a Juazeiro. Logo, a chegada em Juazeiro e os dias de romaria nessa cidade ocorriam associados ao sentimento e à experiência de pertencerem àquela tradição que sustentava as romarias desde o final do século XIX: os grupos de romeiros que, anos a pós ano, fazem romarias a Juazeiro, numa tradição que passa de mãe para filhas e filhos, de pais para filhos e filhas.

Algumas mudanças, ocorridas dentro do intervalo de pouco mais de dez anos - que separam as pesquisas de Braga e Meneses - também parecem ter contribuído para uma incorporação da experiência turística como uma das experiências possíveis de serem feitas pelos romeiros em suas romarias. Uma é que, ainda que o fazer romaria em grupo seja a forma mais usual de se fazer romaria, vai se tornando cada vez mais comum encontrar romeiros que fazem romaria individualmente e, principalmente, apenas com familiares. Outra contribuição diz respeito às práticas de consumo romeiras. Não exclusivamente o consumo material, mas também – e, talvez, até principalmente - o consumo simbólico, o consumo subjetivado e, em alguma medida, hedonístico. Essas novas formas de consumo podem ser visualizadas e compreendidas através, por exemplo, da proliferação dos smartphones e suas câmeras acopladas.

Quando Braga realizou sua pesquisa, era muito raro os romeiros tirarem fotos. As primeiras câmeras digitais começavam a aparecer. Eram caras e raras.

As fotos eram feitas em câmeras que usavam películas fotográficas, cujo filme e impressão tinham preços proibitivos para os romeiros. Braga tem, em seu caderno de campo, o registro de um fotógrafo “lambe-lambe” que, durante as romarias, montava uma barraca com cenário em frente à Igreja Matriz de Juazeiro. O fotógrafo tinha uma câmera digital e uma impressora. Ele tirava as fotos, imprimi-as e as entregava na hora. Braga também era solicitado para que tirasse foto dos romeiros e depois enviasse a eles. A fotografia, em suma, tinha claramente um significado de registro, recordação, preservar pela imagem aquele momento. Inseria-se nas experiências de produção da memória (HALBWACHS, 2006), que é uma variável importante daquilo que mantém as romarias como uma tradição que se repete ano após ano.

Hoje os smartphones – alguns relativamente baratos – mudaram um pouco a experiência do registro. As fotos e os selfies produzidos por smartphones envolvem muito mais um “registro em fluxo” (compartilhar imediatamente a experiência vivida) do que um “registro para a memória” (preservar a experiência, guardá-la de alguma forma através da imagem). E a produção de fotografias e selfies com smartphones – que vai se tornando cada vez mais comum – exemplifica, captura e revela bem algumas das mudanças que vem ocorrendo nas romarias de Juazeiro. E que ajudam a compreender porque o “fazer turismo” vem sendo incorporado pelos romeiros como parte de suas práticas e experiências possíveis de se realizar nas suas romarias.

Ao mesmo tempo em que fotografar e fotografar-se vem se tornando mais comum, isso vai possibilitando para muitos romeiros novas formas de se relacionar com os espaços de Juazeiro. O que ele vê, registra e compartilha através da foto com smartphone é também uma projeção daquilo que ele está experimentando naquele momento e que ele gostaria que os outros vissem (ele no momento da realização de sua experiência). O selfie, por exemplo, é algo muito distante da experiência de introspecção e de relação diádica que em alguma medida caracteriza a relação do devoto com o seu Santo de devoção. O “fazer um selfie” – uma prática bastante popular no contexto atual, notadamente entre os mais jovens - não costuma ser uma forma de registro fotográfico para se guardar, mas uma forma de fazer uma foto para mostrar para outros “olha onde eu estou”, “olha o que eu estou fazendo”, “olha onde eu fui”. É a experiência em fluxo, imediata, pessoal e centrada em si (isto é, daquele que está sendo fotografado ou fazendo o autorretrato) que usualmente está sendo registrada e, assim que possível, sendo compartilhada. Nas romarias pesquisadas entre 2004 e 2007, os romeiros não

tinham celulares com câmera⁵. Não havia possibilidade de selfie e nem facilidades para se tirar fotos e, muito menos, compartilhá-las por meio das redes sociais digitais. Hoje, como afirmado acima, vai se tornando cada vez mais comum nas romarias, principalmente entre os mais jovens.

Ao se trazer esses exemplos, o que se busca aqui é apontar para o fato de que fotos com celulares e os selfies são reveladores das novas possibilidades de relação com os espaços de Juazeiro, com as experiências das romarias, nas romarias, que vem emergindo nos últimos tempos. Experiências essas muito mais personalizadas e abertas à satisfação pessoal dos romeiros do que aquelas que eram possíveis outrora. Possibilidades e experiências essas que, subsequentemente, tornam a possibilidade de também “fazer turismo” na romaria com algo que não é mais incompatível com a condição de ser romeiro devoto do Padre Cícero.

Dentre essas novas possibilidades, também está a questão da estetização e como ela ocorre dentro das romarias, entre os romeiros, nas romarias atuais. E a estética e estetização são questões importantes quando se está tratando de turismo, lugares turísticos e pontos turísticos na atualidade. Sendo que a experiência estética envolve, da parte do turista, aquilo que ele pode capturar, apreciar e tomar para si pelo olhar, pela audição, pelo olfato, pelo paladar. A fala de Laura remete-se a isso: “- Tem muita coisa pra gente ver!”.

Os dados obtidos por Amanda Silva, em sua pesquisa, convergem com o que foi constatado por Itamara Menezes. Nas entrevistas realizadas, os romeiros tratavam, como parte das suas atividades nas romarias, tanto às práticas religiosas, como às práticas de lazer. Amanda Silva observa, entretanto, um padrão: aquele que segue a lógica romeira vai ao Juazeiro sabendo que o primeiro a ser feito são as *obrigações* (religiosas, devocionais). É isso que define o romeiro. Não há necessariamente uma oposição entre devoção e lazer, isto é, entre práticas religiosas e aquelas que possam vir a serem vistas como turísticas.

A fala de Edvaldo, um romeiro do estado de Sergipe, ilustra bem isso. Entrevistado, em uma das mesas de um barzinho em frente à Praça Padre Cícero, ele comenta:

Olha, eu acho muito bonito essa fé que as pessoas têm pelo Pe. Cícero. Esse pessoal que vem de caminhão (...). Você já viu? Eu admiro muito isso. (...) A gente de manhã tem uma obrigação de visitar o Horto, os museu, as missas... E de noite é o que você está vendo, é a curtição mesmo! (...). A palavra certa não é obrigação, porque obrigação é fazer uma coisa obrigado,

⁵ O Iphone, que iria revolucionar as formas de uso e potencialidades dos celulares, só foi lançado em 2007.

sem ser da nossa vontade... Eu não sei bem a palavra certa, mas é uma coisa que eu gosto de fazer também, além da curtição. A romaria já faz parte do circuito das férias...”⁶.

O discurso de Jorge, romeiro de Jequié (BA), segue a mesma lógica:

Faz 27 anos que eu venho para romaria, eu venho para cá sem parar, nunca deixei de seguir um ano. Então nos 27 anos que venho, eu faço as mesmas coisas. Eu vou para romaria, faço tudo que tem que fazer, não deixo de fazer uma coisa. Mas eu aproveito a cidade também. Mas eu não deixo de fazer uma coisa que tem que fazer na romaria. Eu vou para o balneário, eu vou em algum lugar à noite, num barzinho, em algum lugar. Mas eu faço o que tem que fazer na romaria, de manhãzinha cedo eu já estou acordado. Vou para missa, a programação da romaria que tiver eu sigo. Vou para todas as missas, vou para procissão, vou ver o meu padrinho e agradecer no Horto, cumpo a minha promessa⁷.

Olhando os dados das pesquisas mencionadas, o que se observa é que – como salienta Amanda Silva – a oposição entre devoção e lazer vem deixando de ser um legitimador daqueles que são ou não são “romeiros de verdade”. Ou seja, já não é a devoção, a execução das práticas devocionais e a crença na santidade e poder do Padre Cicero que definem quem é romeiro de verdade. Logo, utilizar viagem de romeira para o lazer – desde que feita as obrigações romeiras – não deslegitima uma romaria enquanto tal. E isso abre novas perspectivas para o fazer a romaria. Inclusive uma abertura dos romeiros para práticas que podem ser tomadas como turísticas.

A estetização do mundo, romarias e turismo

Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, em *A Estetização do Mundo* (2015), defendem a tese de que vivemos em uma fase do Capitalismo, que se caracteriza por ser uma era transestética, onde o cotidiano é moldado por lógicas mercantis, nas quais vigoram o que eles denominam de uma espécie de hiperarte do capitalismo artista. Este capitalismo artista é um tipo de capitalismo que é capaz de multiplicar o consumo, os estilos, os comportamentos, os sonhos, os imaginários, a própria vida cotidiana. Os autores defendem que se está vivendo hoje numa era “hipermoderna”, caracterizada pelo extremo, pela oferta e pela busca constantes da felicidade, das emoções,

⁶ Entrevista concedida por Edival de Itabaiana – SE, em outubro de 2015.

⁷ Entrevista concedida por Jorge de Jequié – BA, em fevereiro de 2016.

das sensações do agora, do hoje, da estética, da arte, do novo, do consumo. Essa era hipermoderna (que é também uma era do hiperconsumo) promove uma busca contínua da satisfação imediata, a partir da lógica da moda e da sedução. Subsequentemente, há um aceleração na busca pelo novo, pelo belo, por aquilo que seria tomado como saudável. Mas sempre atravessado por uma lógica e sentimento de que algo está inconcluso. Tudo está sempre inacabado. Logo, na hipermodernidade, os indivíduos estão sempre na busca da renovação, da mudança, da recriação, de uma dinâmica cada vez mais estética, de que tudo é arte. Uma busca inconclusiva, sempre à espera da próxima experiência possível.

Ao utilizar as propostas de Lipovetsky e Serroy, sobre estética e estetização, para se pensar as romarias de Juazeiro na atualidade, podem ser considerados quatro pontos:

1. São úteis para pensar muitos contextos onde estetizações e experiências estéticas se fazem fortemente presentes. Entretanto, é necessário dimensionar e adequar as propostas desses autores aos contextos específicos onde se pretende utilizá-las, a fim de que sejam alcançados os objetivos heurísticos desejados.
2. Os conceitos de hipermodernidade, hiperconsumo e estetização do mundo iluminam muitos aspectos do turismo no mundo contemporâneo, em suas diferentes configurações (o que inclui o turismo religioso). E como a realidade do turismo e do turismo religioso parece estar cada vez mais adentrando na realidade das romarias de Juazeiro, as propostas destes autores podem ajudar a compreender como o turismo e o turismo religioso vêm se aproximando das experiências feitas pelos romeiros nas romarias atuais.
3. O uso destas propostas é possível porque as romarias e os romeiros – como vêm sendo defendido ao longo do artigo – não podem ser pensados à margem e nem desconectados da realidade social mais abrangente dentro da qual eles se inserem. Pode-se considerar, portanto, que a hipermodernidade e o seu processo de estetização do mundo alcançam os romeiros e estão – com certas especificidades – ocorrendo nas romarias de Juazeiro.
4. Para os três acima serem adotados, é necessário considerar que o poder de atração que as romarias exercem nos romeiros também passa pelos tipos de atrações estéticas que elas oferecem.

O último ponto permite considerar que processos de estetização fazem parte das romarias de Juazeiro. Sendo que uma boa parte desses processos de

estetização são diferentes uns dos outros, produzindo estéticas diferentes; por isso, permitem aos romeiros realizarem distintas formas de experiências nas romarias.

A possibilidade de se realizar formas diversas de experiências estéticas é parte daquilo que atrai e motiva os romeiros a realizarem suas romarias em Juazeiro. Uma forma de experiência estética pode ser oferecida, por exemplo, pela imersão numa estética do sacrifício e do sofrimento, que permitirá ao romeiro realizar uma experiência que irá transitar entre uma dor inicial e subsequentes sentimentos de superação e conforto. Ou o romeiro poderá entrar em contato com uma estética da festa que produzirá experiências que geram sentimentos de regozijo e alegria. Outro exemplo de estética, que o romeiro pode entrar em contato numa romaria, é a própria estética do “ser romeiro”. Neste caso, o romeiro poderá entrar em contato e usar elementos diacríticos que afirmam sua condição de romeiro: o chapéu de palha, o rosário no pescoço, o uso de uma batina preta quando se paga uma promessa ao santo. O resultado é a realização de uma experiência estética que lhe permitirá tanto afirmar quanto vivenciar sua identidade romeira.

Como dito acima, as estéticas presentes nas romarias são de diversos tipos. Mas elas podem – a partir de suas semelhanças e funções - ser classificadas dentro de duas formas, dois tipos fundamentalmente distintos: (1) existem aquelas estéticas que se vinculam ao campo da devoção, do que é sacramental, àquilo que é sacralizado nas romarias. São estéticas, portanto, de tipo sagrado; (2) existem aquelas estéticas que não estão ligadas diretamente ao devocional, ao sacramental. São estéticas que ocorrem fora dos espaços e tempos diretamente ligados ao sagrado nas romarias, enquanto ritual religioso (TURNER, TURNER, 1978). Essas são do tipo profano. Neste caso, as estéticas presentes nas romarias estão sendo classificadas dentro de uma categorização de inspiração durkheimiana, que, em um dado ritual, separa o que é do sagrado e o que é do profano (DURKHEIM, 2008). Em relação às romarias que aqui estão sendo tratadas, implica considerar que algumas estéticas irão ocorrer e estarão originalmente presentes nos tempos e espaços sagrados, enquanto que outras ocorrerão e estarão originalmente presentes nos seus tempos e espaços profanos.

Contudo, ainda que sendo de tipo sagrado ou profano, diferentes tipos de estéticas podem apresentar complementariedades entre si e não devem, portanto, ser consideradas separadamente. Mesmo podendo uma ser de tipo sagrado e outra de tipo profano. E essa complementariedade costuma ser algo que se torna mais perceptível no momento em que formas distintas de estéticas se encontram. Sendo que esses encontros ocorrem nos espaços fronteiraços que separam uma estética da outra. Espaços fronteiraços que, muitas vezes, são mais do que um lugar de

separação. São lugares de encontros – e desencontros – entre formas distintas de estéticas. Encontro que podem produzir trocas, tensões, divergências, negociações, criações, recriações, ressignificações.

Um exemplo, um desses tipos de encontros é aquele que ocorre quando expressões estéticas devocionais, próprias dos romeiros, encontram-se com as estéticas litúrgicas da Igreja Católica. Esses são encontros que podem gerar tanto incompreensões mútuas quanto algum tipo de negociação que irá mudar algo num e noutra: romeiros e Igreja Católica. Outro exemplo, é quando a estética devocional romeira se encontra com os interesses e as implementações estéticas do poder público. Neste caso, pode-se perceber, por exemplo, uma separação entre intensão e apropriação. É o que ocorre quando os agentes do poder público realizam algo com certa intensão e objetivo, e os romeiros se apropriam daquela realização de uma maneira distinta daquilo que foi originalmente pensado. Foi o que ocorreu com a grande estátua do Padre Cícero, que se destaca em meio à paisagem de Juazeiro. A estátua foi construída pelo poder público como uma forma de expressão estética monumental da relevância religiosa do Juazeiro e seu santo. Os romeiros não excluíram o contato com essa monumentalidade como parte de suas experiências estéticas com a grande imagem. Mas, também incluíram experiências e significados que lhe são próprios, transformando a estátua em um lugar de devoção, onde eles performam e afirmam sua fé no Padre Cícero.

A teoria clássica durkheimiana postula que o sagrado procura sempre evitar sua contaminação pelo profano, separando o profano daquilo que é sagrado. O que ocorre, contudo, em rituais como as romarias de Juazeiro, é que muitas das fronteiras que separam o que é do sagrado e o que é do profano não funcionam exatamente como lugares de separação e definição de limites. Essas fronteiras são muito mais como que lugares onde algo se anuncia, se faz presente (BHABHA, 2001). Neste caso, o que é do sagrado e o que é do profano se encontram e podem se chocar, entrar em conflitos. Conflitos que podem resultar em relações dialéticas e criativas que permitem às romarias existirem no seu devir.

Muitos desses encontros conflituosos ocorreram porque a relação dos romeiros com as romarias e com os outros atores ali presentes não é uma relação passiva. Nem mesmo desinteressada. Há motivos para eles estarem ali. E toda motivação funciona como um motor para a ação. Sendo que numa dada ação pode estar contido o interesse romeiro que justifica aquela ação. Um exemplo são as possibilidades e oportunidades que os romeiros têm de realizarem diversas formas de consumo nas romarias, que irão lhes satisfazer de variadas maneiras. Neste caso, é aquilo que ele pode consumir que estará presente como um dos

motivos da ação. É em direção a essa possibilidade de consumo que o seu interesse o está movendo.

As possibilidades de consumo para os romeiros em uma romaria são amplas. Pode ser, por exemplo, um consumo de tipo devocional, que irá satisfazer suas necessidades religiosas, seus desejos de cunho religioso. É o que ocorre quando ele estabelece com seu santo de devoção uma relação de troca na qual ele pode alcançar uma graça desejada. Dentre as motivações para a realização dessa relação de troca está a sua intenção de poder obter e consumir a graça solicitada. Outro exemplo, é quando o romeiro compra uma imagem do seu santo de devoção: a compra da imagem pode primeiramente estar relacionada à sua intenção de consumir algo que ele acha que é bonito e que expressa sua devoção. Mas, num segundo momento, ele pode buscar o consumo de uma benção sacerdotal, que converta a simples imagem do santo em um bem sagrado. Outras formas de consumo estão relacionadas com o fato de os romeiros usualmente verem a Juazeiro das romarias como um lugar de fartura. Um lugar onde existem, em abundância, as mais diferentes possibilidades de consumo. Como comidas, bebidas, vestuários, novidades, músicas, festas, diversão, bens materiais religiosos (imagens, terços, mezinhas), bens materiais de consumo durável ou descartável.

Essas diversas formas e ofertas de consumo nas romarias não surgem do nada. Por trás delas, não raro, existem atores sociais as promovendo, as ofertando. Atores que, assim como os romeiros, também agem por seus interesses, suas motivações. Um bom exemplo disso é a Igreja Católica como instituição quando oferece e estimula o consumo de seus sacramentos, das suas benções e de seus rituais litúrgicos. Ofertas essas que garantem sua relevância dentro das romarias. Outro exemplo, são os comerciantes locais que oferecem e estimulam o consumo dos mais diferentes tipos de produtos, mercadorias, serviços. Ou Igrejas Evangélicas que atuam em Juazeiro, em tempos de romarias, oferecendo um leque amplo de produtos e serviços religiosos, motivadas por seus interesses proselitistas de conversão dos romeiros católicos.

A oferta de diversas formas de consumo é algo próprio das romarias. Não só as de hoje, nem só as de Juazeiro. Mas observando as romarias de Juazeiro em tempos mais recentes, tem-se a impressão de que vem ocorrendo uma ampliação das formas e possibilidades de consumo. Que cada vez mais os romeiros vão encontrando novas possibilidades de consumo nas romarias. É como se aos poucos romeiros e romarias fossem se aproximando daquilo que Lipovetskye e Serroy identificam como processo hipermoderno de estetização do mundo. É um processo que “extrapola em muito as esferas da produção, tendo alcançado o

consumo, as aspirações, os modos de vida, a relação com o corpo, o olhar para o mundo” (LIPOVETSKYE; SERROY, 2015, p. 22).

Na literatura sobre romarias é possível encontrar diversas obras que permitem perceber que o consumo é algo constitutivo deste tipo de ritual. Isto não constitui uma novidade. A novidade parece ser o fato de que nas romarias de Juazeiro, e entre seus romeiros, pouco a pouco estão se inserindo, multiplicando e intensificando as possibilidades de realização de experiências de consumo que dão aos romeiros formas de obtenção de satisfação que não só aquelas de caráter devocional.

Mas como e por que esse processo vem acontecendo nas romarias de Juazeiro?

Deve-se considerar que fazer uma romaria é também realizar uma experiência estética, ou melhor, um amplo conjunto de experiências estéticas. Ao fazer uma romaria, o romeiro entra em contato com possibilidades de realização de experiências que são tanto sensoriais (visuais, auditivas, olfativas, táteis) quanto emocionais quanto prazerosas (a sua maneira). Logo, fazer uma romaria envolve a possibilidade de imergir e ser estimulado por diferentes experiências estéticas que estão ali presentes. E isto envolve um duplo movimento: as experiências estéticas que são ofertadas buscam provocar certos estímulos e, ao mesmo tempo, oferecer ao romeiro as possibilidades através das quais ele poderá satisfazer aquilo que foi estimulado nele.

O turismo, enquanto possibilidade de realização de certos tipos de experiências, parece inserir-se nessa lógica. A lógica de um tempo de hiperestímulos estéticos, de buscas contínuas de novas formas de emoções e satisfações. Um tempo de busca permanente pela próxima forma de felicidade (sempre a próxima). E, sendo isso algo próprio da atualidade, a tendência é que toda experiência ofertada e que prometa levar o indivíduo a alcançar isso é algo que tende a ganhar espaço.

Ainda que em um ritmo que lhe é próprio, parece que isto vem acontecendo nas romarias de Juazeiro nos dias de hoje. E que pouco a pouco esses tipos de ofertas e promessas vão sendo introduzidos dentro delas, a partir da inclusão de novas formas estéticas e de consumo. Sendo que muitas delas estão próximas do de tipo turístico. Experiências que buscam o novo, aquilo que pode ser experimentado como novidade, e que colocam a experiência em si - realizada pelo indivíduo - como o centro daquilo que se está vivendo naquele momento. Experiências como essas - que podem também ser tomadas como turísticas - parecem cada vez mais encontrar espaços nas romarias.

Isto não significa que aquilo que é próprio da tradição, da longa duração e que se remete às experiências, cujo sentido transcende a satisfação imediata, esteja

desaparecendo das romarias. Não há elementos para se afirmar isso. Não parece que isso seja efetivamente possível, pois descaracterizaria a romaria enquanto tal. Afirmar isso seria decretar o próprio fim das romarias de Juazeiro. E o fato é que elas continuam mantendo sua vitalidade como um ritual devocional, profundamente religioso. Um ritual que se mantém porque aqueles significados que o mantem, enquanto tal, é passado de geração para geração. Ritual que encontra, na devoção ao Padre Cícero, sua razão de ser e de existir. Ritual que é capaz de mobilizar, para os romeiros, os sentidos (ou a falta deles) da vida e da morte, da justiça e da injustiça, do sofrimento e do sacrifício.

Não se está fazendo aqui uma leitura do tipo “ou um, ou outro”. Nem se pretende fazer um diagnóstico que defina o percurso das romarias, o para onde elas irão, ou como será seu futuro. O que se busca demonstrar e evidenciar aqui é que novas possibilidades estão sendo introduzidas e estão surgindo nas romarias. E que turismo e turismo religioso se aproximam, estão em sintonia com essas novas possibilidades.

Possibilidades essas que estão presentes nas romarias que são realizadas por diferentes romeiros e romeiras. Como na romaria de Laura, que, à primeira vista, não se revela como uma devota tradicional do Padre Cícero: que veio à romaria pela primeira vez tomada por uma curiosidade de conhecer o lugar, de confirmar o que havia escutado de outros que aqui já tinham estado, de visualizar pessoalmente uma estátua que conhecia apenas por foto; que vivencia, em Juazeiro, diferentes experiências e que ali alcança uma graça. Laura que, entre a sua primeira e segunda romaria, no ano de 2018, tornou-se um pouco mais devota, um pouco mais romeira. Mas que ainda mantém interesses, posturas e relações com Juazeiro e suas romarias que a aproximam de atitudes que são próprias daqueles que fazem turismo. Ou, como nas romarias de Seu Joaquim, entrevistado por Meneses, no ano de 2018, que havia realizado, até ali, mais de cinquenta romarias à Juazeiro; que é romeiro antigo do Padre Cícero; que conhece as histórias do Padre Cícero; que tem uma relação de familiaridade com a cidade de Juazeiro. O Juazeiro das romarias que se confunde com a sua história pessoal; que é devoto do Padre Cícero, mas também é de Nossa Senhora Aparecida; que fez uma visita a Aparecida do Norte, SP, onde tudo era novo para ele. Joaquim que fala para Meneses: “Viajar é gostoso, né? Eu adoro viajar!”⁸. Para Laura a novidade está em Juazeiro. Para Seu Joaquim a novidade está em Aparecida. Laura vem se tornando um pouco mais romeira no Juazeiro. Seu Joaquim foi um pouco mais turista em Aparecida.

Em que momento Laura deixou de ser turista e passou a ser romeira? Em que momento Seu Joaquim deixou de ser romeiro e passou a ser turista? Essas são boas

⁸ Joaquim, 58 anos. Entrevista realizada no dia 01/11/2018.

questões. Mas, deve-se indagar até que ponto elas são realmente pertinentes. Talvez seja mais pertinente indagar-se sobre até que ponto peregrinação e turismo, turismo religioso e devoção, romaria e turismo podem ser realmente conceitos pensados e tomados de forma antagônica. Se o ponto de partida foi a realidade concreta das romarias e dos romeiros nos dias de hoje, este texto parece mostrar que há aí muito mais proximidades do que incompatibilidades entre romeiros e turistas.

Referências

AMIROU, Rachid. **Imaginário Turístico e Sociabilidades de Viagem**. Porto: Editora Estratégias Criativas, 2007.

BHABHA, Homi. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001

BRAGA, Antônio. **PLURA**, Revista de Estudos de Religião, vol.1, nº 1, p. 149-161, 2010.

BRAGA, Antônio. A Pedra, a Informante e o Etnógrafo: ou sobre quando as expectativas das nossas idas a campo não se realizam. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 35, n. 1, junho, p. 44-62, 2015.

CORDEIRO, Maria Paula Jacinto. **Entre Chegadas e Partidas: dinâmicas das romarias de Juazeiro do Norte**. Fortaleza: Editora IMEPH, 2011.

DURKHEIM, Emile. **As Formas Elementares da Vida Religiosa**, o sistema totêmico na Austrália. São Paulo: Ed. Paulus, 2008.

EADE, J. and M. J. SALLNOW. Eds. (1991). **Contesting the Sacred: the Anthropology of Christian pilgrimage**. London and New York: Routledge, 1991.

GRAVARI-BARBAS, Maria; GRABURN, Nelson. Imaginários turísticos. **Via. Tourism Review - Revista internacional interdisciplinar de Turismo**, No. 1, p 1-5, 2012.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Editora Centauro, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2015.

STEIL, Carlos; CARNEIRO, Sandra de Sá. Peregrinação, turismo e nova era: caminhos de Santiago de Compostela no Brasil. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 1, julho, p. 105-124, 2008.

TURNER, Victor; TURNER, Edith. **Image and Pilgrimage in Christian Culture**. Oxford: Basil Blackwell, 1978.

Submetido em: 11-4-2019

Aceito em: 22-8-2019