



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO
CAMPUS UNIVERSITÁRIO MINISTRO PETRÔNIO PORTELLA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

BIANCA SOBRAL FERNANDES

**ESTIVE EM JUAZEIRO DO NORTE E REZEI COM VOCÊ:
UMA ANÁLISE SOBRE A MIDIATIZAÇÃO DA MÃE DAS DORES JUAZEIRO**

**TERESINA
2025**

BIANCA SOBRAL FERNANDES

**ESTIVE EM JUAZEIRO DO NORTE E REZEI COM VOCÊ:
UMA ANÁLISE SOBRE A MIDIATIZAÇÃO DA MÃE DAS DORES JUAZEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, como requisito final para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Mídia e produção de subjetividades

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Livia Moreira Barroso

TERESINA
2025

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Educação
Serviço de Representação da Informação

F363e Fernandes, Bianca Sobral

Estive em Juazeiro do Norte e rezei com você : uma análise sobre a midiatização da Mãe das Dores Juazeiro / Bianca Sobral Fernandes. – 2025.

100 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí, Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Teresina, 2025.

“Orientadora: Profa. Dr^a. Livia Moreira Barroso.”

1. Religiosidade Popular - Brasil. 2. Midiatização.
3. Romarias. I. Barroso, Livia Moreira. II. Título.

CDD 242.209 81

Bibliotecário: Hernandes Andrade Silva – CRB-3/936

BIANCA SOBRAL FERNANDES

**ESTIVE EM JUAZEIRO DO NORTE E REZEI COM VOCÊ:
UMA ANÁLISE SOBRE A MUDIATIZAÇÃO DA MÃE DAS DORES JUAZEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, como requisito final para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

PROFA. DRA. LÍVIA MOREIRA BARROSO
Presidente

PROF. DR. GUSTAVO SILVANO BATISTA
Examinador interno

PROFA. DRA. SUZANA CUNHA LOPES
Examinadora externa

DEDICATÓRIA

Para Theresa Feliz e Ana Lollys (ambas *in memoriam*), minhas companheiras queridas, que me preencheram de amor e hoje são lindas lembranças afetivas – gostaria que estivessem aqui. Todas as vezes que ouvi “Cedo ou tarde” do NXzero e “Pra sempre” do CPM 22 enquanto escrevia a dissertação, lembrei-me de vocês. Enfim... Como escreveu Rita Lee, sou grata "a todos os animais que tive, tenho e ainda terei".

AGRADECIMENTOS

A força superior que me inspirou a seguir em frente e acreditar até o fim – a conquista do título de Mestre é um sonho finalmente realizado. Não foi uma jornada fácil e, em muitos momentos, pareceu inalcançável, mas quando nos dedicamos verdadeiramente ao que desejamos, parece que o caminho se revela diante de nós.

Meu eterno agradecimento aos meus pais, Elizabete e Humberto, e à minha irmã, Cíntia, por todo o amor, carinho e apoio incondicional. Por sonharem e acreditarem comigo, por me ampararem nos momentos difíceis e por me incentivarem a seguir em frente. Esta conquista é de vocês e para vocês!

À Maria Drica, Rita Liz e Loro Gohan, meus pets amados, pelo companheirismo fiel, tornando meus dias mais leves e contentes.

Ao meu companheiro, Elltton, pelo encorajamento, suporte e parceria durante essa jornada.

Às minhas avós, Lúcia e Jóia, e à minha tia Izabel, pela torcida.

À minha orientadora, Lívia Barroso, por seus ensinamentos, apoio e amizade. Além de ser uma excelente professora e mentora, é uma pessoa carismática, sempre próxima e solícita com seus alunos. Tornou-se uma presença muito especial em minha vida, transcendendo os limites acadêmicos.

À Raylane D' Sousa, a paranaibana incrível que tive o privilégio de conhecer e conviver diariamente no pequeno apartamento que compartilhamos durante esse tempo, ouvindo “vivendo de solidão” da banda Limão com Mel (- que tempo bom!). Tornou-se uma grande amiga, parceira e confidente, por quem nutro imensa admiração e gratidão, tanto pela pessoa extraordinária que é quanto pela pesquisadora talentosa que se revela. Nossa amizade foi, sem dúvida, um verdadeiro presente!

Aos meus colegas de mestrado: Rodrigo, Débora, Henrique, Fabrini, Yuri, Thayz, em especial a Karol, Luan, Helen e Romário pelas boas risadas e por toda a

amizade que floresceu a partir de nossas experiências no mestrado. Desejo sorte e sucesso na caminhada de todas e todos!

À Caio Belo e Cícero Bruno, meus grandes amigos da graduação para a vida.

A todos e todas que, de alguma forma, influenciaram ou torceram por mim - mesmo que eu não saiba quem - sou imensamente grata pelas boas vibrações!

À Universidade Federal do Piauí e a todas as pessoas que fazem parte do PPGCOM/UFPI, sobretudo ao corpo docente, que me proporcionaram um aprendizado enriquecedor e edificante. Tenho imenso orgulho de conquistar o título de Mestra por meio desta instituição. Faço votos de que o programa cresça cada vez mais e contribua na formação de pesquisadores de excelência!

A banca examinadora: Prof^a. Dra. Suzana Cunha Lopes e Prof. Dr. Gustavo Silvano Batista, pelas enriquecedoras colaborações.

À CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) pelo apoio financeiro fundamental que possibilitou minha permanência no programa e a realização desta pesquisa.

*Quando tiver temerosidade,
lembre-se do tamanho da história.*

RESUMO

A fé pode ocupar um espaço de singular significância na vida dos sujeitos, é através dela que se justifica fatos que os esforços intelectuais não são capazes de decifrar. Muitos são os fatores que mantêm viva a perseverança em um rito, o conforto emocional ou espiritual podem ser os principais motivos. Neste aspecto, a religião manifesta-se como elemento transcendente que configura práticas de orientação e sentido a um propósito de vida, promovendo o senso de identidade, pertencimento e integração comunitária, já que, majoritariamente, não existe religião sem partilha. Essa conexão entre os homens e a divindade em que se acredita, se mostra de diversas formas que exprimem práticas que se ressignificam ao longo do tempo. Dentro da tradição católica, por exemplo, nos últimos tempos, uma mudança em ascensão tem se instaurado nas pregações através do uso de dispositivos midiáticos, a fim de garantir a integração com os fiéis que fisicamente não podem estar presentes nas celebrações, a este fenômeno, damos o nome de Mídiação (Sodré, 2002). Sua magnitude garante afetações institucionais (Hjarvard, 2012) e Sociais (Hepp, 2014) no que tange a inserção e adaptação à lógica midiática. Pensando nisso, o objeto de investigação que suscita esta pesquisa se dedica ao estudo da Basílica Santuário de Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte, no interior do Cariri cearense: nos últimos anos a instituição vem se tornando cada vez mais assídua nas transmissões das celebrações e atividades religiosas por meio das redes sociais, especialmente no *Instagram*, contando hoje com quase 90 mil seguidores, que têm a possibilidade de acompanhar os conteúdos veiculados diariamente pelo perfil, que se dedica a mostrar o dia a dia dos fiéis romeiros e das celebrações cultivadas através da devoção ao Padre Cícero. Dessa maneira, o problema de pesquisa se debruça a compreender a relação entre os romeiros e as tecnologias mediadas pelas redes sociais, enquanto o objetivo geral se dedica a compreensão de que modo essas informações podem ser incorporadas ao seu rito de fé, uma vez que essas mídias digitais potencializam a comunicação e o acesso a informações. Os objetivos específicos foram pautados a partir das atividades manifestadas no perfil, analisando as interações da instituição com os fiéis e destes com os conteúdos e a partir da identificação das atividades de interação presentes no perfil da Basílica Santuário. Para que se tornasse possível, foram empregadas a observação participante e a netnografia no perfil @maedasdoreajuazeiro no *Instagram*, no período da festividade de Nossa Senhora das Dores, padroeira de Juazeiro do Norte. O *corpus* de pesquisa foi formado pelas publicações feitas no *feed* da página ao longo desse período. A análise resultou na coleta de 200 postagens, revelando que a igreja, como instituição, mantém uma interação constante com os fiéis, por meio da evangelização que utiliza recursos audiovisuais e algoritmos. Esses elementos possibilitam a vivência da fé mediada digitalmente, permitindo aos fiéis uma experiência religiosa em contextos distintos, mas que preservam a ritualística das pregações. Assim, as redes sociais se configuram como vitrines que guardam e transmitem as tradições, oferecendo uma plataforma para narrativas religiosas que resistem e se renovam, adaptando-se aos novos tempos.

Palavras-chave: Religiosidade; Mídiação; Romarias; Juazeiro do Norte; *Instagram*.

ABSTRACT

Faith can occupy a space of singular significance in people's lives, as it justifies events that intellectual efforts are unable to decipher. There are many factors that keep perseverance alive in a ritual, with emotional or spiritual comfort being the main reasons. In this aspect, religion manifests itself as a transcendent element that provides practices of guidance and meaning to a purpose in life, promoting a sense of identity, belonging, and community integration, as, for the most part, there is no religion without sharing. This connection between humans and the divinity they believe in is expressed in various ways, reflecting practices that evolve over time. Within the Catholic tradition, for instance, a rising change has been established in recent times through the use of media devices in sermons, aimed at ensuring integration with the faithful who cannot physically be present at the celebrations. This phenomenon is called Mediatization (Sodré, 2002). Its magnitude guarantees institutional (Hjarvard, 2012) and social (Hepp, 2014) impacts regarding insertion and adaptation to the media logic. With this in mind, the research object that prompts this study is dedicated to the investigation of the Basilica Sanctuary of Our Lady of Sorrows in Juazeiro do Norte, in the interior of the Ceará Cariri region. In recent years, the institution has increasingly engaged in broadcasting religious celebrations and activities through social media, especially Instagram, which now has nearly 90,000 followers. These followers have the opportunity to follow daily content that showcases the lives of the faithful pilgrims and the celebrations cultivated through devotion to Padre Cícero. In this way, the research problem focuses on understanding the relationship between the pilgrims and the technologies mediated by social networks, while the general objective is to understand how this information can be incorporated into their faith ritual, considering that these digital media enhance communication and access to information. The specific objectives were based on the activities shown on the profile, analyzing the institution's interactions with the faithful and their interactions with the content, as well as identifying the interaction activities present on the Basilica Sanctuary's profile. To make this possible, participant observation and netnography were employed on the profile @maedasdoresjuazeiro on Instagram, during the Feast of Our Lady of Sorrows, the patroness of Juazeiro do Norte. The research corpus was formed by the posts made on the page's feed during this period. The analysis resulted in the collection of 200 posts, revealing that the church, as an institution, maintains constant interaction with the faithful through evangelization that utilizes audiovisual resources and algorithms. These elements enable the experience of digitally mediated faith, allowing the faithful to have a religious experience in different contexts, while preserving the ritualistic aspects of the sermons. Thus, social media serves as a window that preserves and transmits traditions, offering a platform for religious narratives that resist and renew, adapting to new times.

Keywords: Religiosity; Mediatization; Pilgrimages; Juazeiro do Norte; Instagram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Mapa da microrregião do Cariri cearense	13
Figura 2- Primeira romaria em “Joaseiro”	21
Figura 3- Profecia do Padre Cícero	23
Figura 4- Artesanato na Romaria de Candeias	26
Figura 5- Garrafa do Padre Cícero	28
Figura 6- Primeira publicação no Instagram @peciceroromao	34
Figura 7- Fiéis na Basílica de Nossa Senhora das Dores	38
Figura 8- Bio e destaques do perfil da Basílica Santuário no Instagram	39
Figura 9- Caravana de romeiros chegando a Juazeiro do Norte	64
Figura 10- Romeiros visitam e oram diante do túmulo de Pe. Cícero	66
Figura 11- Roupas e objetos depositados no túmulo do Padim	67
Figuras 12 e 13- Romeiros fazem saudação à imagem de Pe. Cícero e visitam o altar da Capela do Socorro - local onde o sacerdote está sepultado.	67
Figura 14- Biografia do perfil @maedasdoresjuazeiro	71
Figura 15- Programa transmitido pela TV Web Mãe das Dores	71
Figura 16- Postagem de convite para a missa	72
Figura 17- Informativo sobre a festividade de Nossa Senhora das Dores	72
Figura 18- Sacerdotes e devotos se reunidos na Basílica de Nossa Senhora das Dores	73
Figura 19- Show do Chapéu em frente a Basílica Santuário	73
Figura 20- Card do evento “Show do chapéu”	74
Figuras 21 e 22- Quadros “Reflexão do dia” e “Refletindo com o Padim”	77
Figura 23- Caravana de romeiros chegam a Juazeiro do Norte	78
Figura 24- Noitários na novena de Nossa Senhora da Dores	82
Figura 25- Imagem da Padroeira, Nossa Senhora das Dores	83
Figura 26- Procissão com andores chegando a Basílica	83
Figura 27- Show do Chapéu	84
Figuras 28 e 29 - Imagens de Pe. Cícero enfeitam o comércio de Juazeiro do Norte	86
Figura 30- Celebração durante o novenário de Nossa Senhora das Dores, na foto debaixo, imagem da Padroeira próxima aos romeiros.	95
Figura 31- Romeiros reunidos durante a missa na Basílica Santuário	96
Figuras 32 e 33- Operadores de câmeras profissionais registram e transmitem as manifestações durante a romaria	97
Figuras 34 e 35- Procissão da luzes	98
Figuras 36 e 37- Encontro entre romeiros	99
Figura 38- Vista panorâmica da Basílica de Nossa Senhora das Dores	100

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
2 RITOS E PASSAGENS	19
2.1 Consumos	24
2.2 A Reprodução	29
2.3 O Padim no <i>Instagram</i>	33
2.4 A Casa da Mãe das Dores	37
3 AS EXPERIÊNCIAS DO EU	43
3.1 Mdiatização	44
3.2 Mdiatização da fé	49
3.3 O mundo dos filtros nas romarias mdiatizadas	54
4 METODOLOGIA	56
4.1 Caracterização do objeto	57
4.2 Caracterização da pesquisa	58
4.3 Instrumento para a coleta e análise dos dados	60
5 ANÁLISES E RESULTADOS	62
5.1 Romarias: a transformação da experiência religiosa em conteúdo mdiático	62
5.2 A construção da identidade no ambiente virtual e o <i>marketing</i> religioso	68
5.3 Engajamento e partilha com os fiéis	75
5.4 A experiência do sertão na fé mdiatizada	79
5.5 Evangelização por meio das imagens	84
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	88

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país rico com uma extensa territorialidade e belezas variadas. Nosso país é a soma de uma cadeia diversa, que esbanja recursos naturais e prospera encantos reconhecidos e apreciados mundo afora. Apesar disso, sua grandiosidade não se limita apenas aos aspectos da biodiversidade, especialmente quando falamos de cultura e toda a herança diversa convocada pela temática.

Pensar nosso país como um grande ecossistema cultural, que abriga ritos e crenças plurais, significa pensar a história em particular, dando significância a singularidade de todas as manifestações existentes.

Os saberes e as contações de cada região, estado ou cidade guardam em si, um jeito autoral de um povo. Que experiência o tempo junto aos relatos que contam as histórias de sua gente, seu legado, seu modo de ser, aquilo que acreditam e que tornam suas vivências distintas diante das demais.

No coração do Nordeste, onde emanam ritmos e tradições, nascem as narrativas. Lugares pequenos, com pessoas simples e de comunidades, muitas vezes, pouco mencionadas ou mesmo desconhecidas, revelam as memórias que o sertão desponta em meio a caatinga: onde a vida floresce de maneira surpreendente no chão e desabrocham-se as recordações e as experiências passadas.

A região do Cariri, no interior do Estado do Ceará, é berço de muitos artistas, poetas e compositores. É também abrigo de espécies pré-históricas, com um patrimônio natural reconhecido internacionalmente e afamado pela rica paleontologia, biodiversidade e recursos naturais. Sem contar a forte referência no artesanato, nas artes populares e na religiosidade, nesta última, onde se encontra a força motriz deste trabalho.

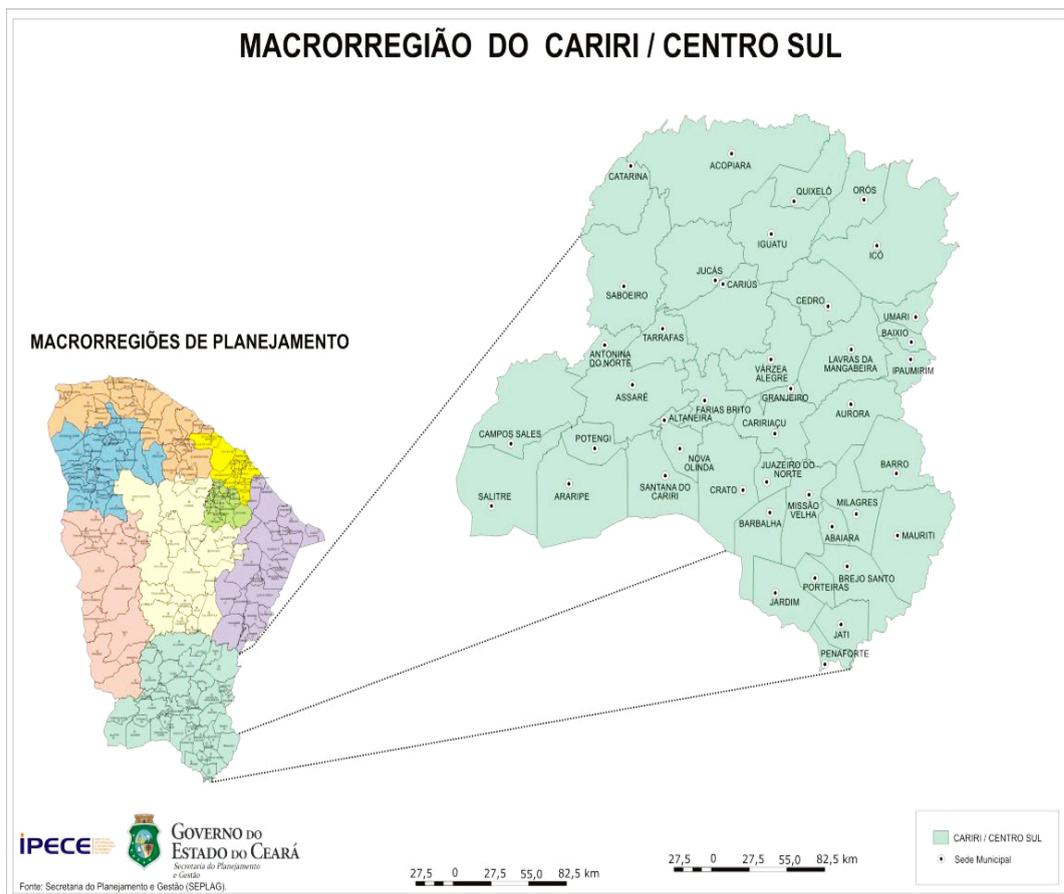
O Cariri cearense se localiza no eixo Centro-Sul do Estado, contando com 28 municípios, respectivamente: Abaiara, Altaneira, Antonina do Norte, Araripe, Assaré, Aurora, Barbalha, Barro, Brejo Santo, Campos Sales, Caririaçu, Crato, Farias Brito, Granjeiro, Jardim, Jati, Juazeiro do Norte, Mauriti, Milagres, Missão Velha, Nova Olinda, Penaforte, Porteiras, Potengi, Salitre, Santana do Cariri, Tarrafas e Várzea Alegre.

A maior parte, cidades pacatas, onde a economia provém do comércio local, órgãos públicos ou mesmo da agricultura, nas zonas mais afastadas. Esses lugares

são formados por distritos localizados na zona rural, que dão acesso a riachos, cachoeiras e trilhas. Muitas destas, se encontram na Floresta Nacional do Araripe, um dos maiores sítios arqueológicos do país, que faz divisa entre os Estados do Ceará, Pernambuco e Piauí.

Dentre as cidades caririenses, está Juazeiro do Norte, conhecida popularmente por muitos nomes, como: “o coração do Cariri”, “a capital do Cariri”, “Juazeiro do Padre Cícero” ou simplesmente “Juazeiro”. É o município economicamente mais desenvolvido da região, interligado aos municípios de Crato e Barbalha, que também são reconhecidos nacionalmente pela promoção de grandes festivais e celebrações, tais como: a Expocrato e a festa de Santo Antônio de Barbalha - denominada a maior do mundo em louvor ao santo.

Figura 1- Mapa da microrregião do Cariri cearense



Fonte: IPCE/SEPLAG

O Cariri cearense é o destino ideal para quem deseja vivenciar uma experiência profundamente enraizada nos costumes regionais. A cultura popular se

manifesta de forma vibrante por meio dos grupos de tradição¹ no reisado, lapinha e guerreiro, entre outros. No entanto, é nas peregrinações que ocorrem ao longo de todo o ano que a essência desse território se revela com maior intensidade.

É deste ponto ímpar, que partimos: tendo em vista que a religiosidade é um elemento atrativo a milhares de pessoas que têm em comum uma perspectiva de alento, tal qual é citada Hebreus (11-1:4), onde a fé é denominada “o fundamento da esperança, uma certeza a respeito daquilo que não se vê”. É esta certeza que faz com que pessoas distintas migrem a um local em busca da recompensa manifestada pela crença em que se deposita, como escreveu Santo Agostinho.

O sentimento de pertencimento pode ser um dos fatores que explicam a influência da religião nas relações humanas, já que é no contato com os outros que se estabelece a mediação de variadas formas. Além disso, a religião é uma via direta para estabelecer respostas existenciais que não podem ser explicadas pelo conhecimento humano, baseando-se na fé em um ser superior e na busca por esperança ou consolo.

É nas orações, meditações e adorações durante os ritos e práticas espirituais que se forja a identidade cultural. São nesses momentos de busca por orientação e conexão com o divino que se constroem saberes, transmitidos e ressignificados a cada geração.

O calendário cultural das religiões marcam momentos axiais na vida e na memória daqueles que vivem sob sua redoma. É através da oralidade que se vive a fé, mas é, sobretudo, pela vontade, participação e encorajamento das pessoas que ela resiste e pode ser contada e reinterpretada. É nas entrelinhas da fé que se gera valores, perspectivas e compreensões mútuas a serem partilhadas.

Para os que creem, visitar seus locais sagrados representa uma oportunidade de fortalecer e reavivar a fé. Nesse contexto, o turismo religioso emerge como um componente vital da estrutura cultural, impulsionando a economia local e gerando renda para aqueles que se beneficiam direta ou indiretamente dessa atividade. A oferta de serviços como hospedagem, alimentação e artefatos religiosos, que perpetuam a fé e são amplamente adquiridos pelos fiéis como recordações das

¹ Folgedos característicos das tradições populares que acontecem no Brasil, cada qual com sua especificidade: o reisado promove encenações, por meio da dança, do canto e da dramatização, está associado a festa de reis, que acontece no dia 6 de janeiro. A lapinha encena o nascimento de Jesus Cristo a partir de elementos da cultura regional. O guerreiro é uma manifestação folclórica que apresenta uma luta ritmada, de influência afro-brasileira.

visitas, são exemplos claros dos benefícios gerados por essa prática. Por outro lado, é a partir dessa relação que a cidade cresce, atrai novos empreendimentos, ganha visibilidade em meio às mídias e capta novos investimentos para atrair e acolher de maneira cada vez mais satisfatória o público.

Uma experiência que conecta, não apenas fisicamente e, nas últimas décadas, tem se tornado cada vez mais digital por meio de aparelhos móveis e transmissões em tempo real. Uma vez que as redes sociais assumem o protagonismo no entretenimento e no acesso à informação de diferentes nichos, inclusive nas instituições mais tradicionais, como é o caso da Basílica Santuário de Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte. Levando em consideração esse aspecto, esta pesquisa se dedica a responder a seguinte questão: De que modo os romeiros incorporam o *Instagram* da @maedasdoreljuazeiro a sua rotina de fé?

As motivações pessoais que incitam este estudo, são: primeiramente, a memória afetiva - Desde criança ouvia pessoas de minha família falarem da devoção ao Padre Cícero e das grandes romarias que ocorrem em Juazeiro do Norte. Essa fé alimentada, contada e perpetuada através das narrativas sempre me causaram espanto e curiosidade sobre o que as pessoas queriam e o que tanto procuravam nesse lugar tão famoso, que até então eu só conhecia por fotografias até 2007, quando tinha 7 anos de idade. Lembro-me de não saber para onde olhar a primeira vez que vi tantas pessoas com seus chapéus de palha, terços nas mãos, fitas coloridas por todo lado e um monumento gigante onde fotógrafos registravam as passagens turísticas do lugar. A partir daí, todas as vezes que visitei o Horto² ou fui ao Centro de Romarias, sempre saía com boas histórias para contar e com vontade de saber mais sobre esse ritual: O que as tradições e as histórias desses lugares e essas pessoas me dizem? Essas indagações foram pontos de partida para iniciar este estudo.

Das motivações profissionais: enquanto jornalista, a graduação na Universidade Federal do Cariri me proporcionou oportunidades para alinhar minhas curiosidades as experiências de vivência em campo. Por vezes, estive realizando trabalhos, coberturas e registros fotográficos nas romarias. Ao ingressar no grupo de pesquisa sobre estudos em midiatização no Brasil, consegui substrato teórico e

² Local de visitação no ponto mais alto de Juazeiro do Norte, lá se encontra a estátua do Padre Cícero, que é cartão postal da cidade, lugar que abriga o museu em homenagem ao sacerdote e acontecem missas, celebrações e procissões.

metodológico para a compreensão do fenômeno que norteia minha pesquisa. Paralelamente, o meu estágio em uma instituição local colaborou para uma aproximação com o público romeiro. A experiência jornalística - sempre pautada na contação de histórias - me apresentou e segue mostrando que existem muitos fatos para contar e que é necessário narrá-los a partir de suas tradições e reconfigurações.

Das motivações acadêmicas: a compreensão dos fenômenos gerados pelas narrativas possibilitam a oportunidade de explorar as historicidades e os aspectos presentes nos acontecimentos. A devoção que existe em Juazeiro do Norte, sobreviveu através da oralidade, da contação e da fé dos que ouviram falar dos milagres e bênçãos ali encontrados. Todavia, ao longo do tempo, essas memórias foram sendo ressignificadas e atravessadas por dispositivos midiáticos, causando afetações em suas formas de reconto e aproximação com as novas gerações. Estudar essas tendências, podem trazer a tona a compreensão acerca das novas relações que emergem com a tecnologia e quais afetações produzem sobre a cultura, os valores, as pregações e, inclusive, sobre nossas relações e crenças.

Assim, o objetivo geral da pesquisa é compreender de que modo os romeiros incorporam o *Instagram* da Mãe das Dores Juazeiro a sua rotina de fé, a partir de um estudo netnográfico. Enquanto os objetivos específicos são:

- a) Identificar as atividades de interação presentes na rede social;
- b) Compreender as interações desses fiéis com o conteúdo veiculado no perfil;
- c) Discutir a inclusão dos romeiros nesses ambientes midiáticos.

Para tanto, pensar as práticas religiosas como elemento cultural é fator de suma importância para compreender o repertório de um povo e seu modo de ser no mundo: suas relações, afetos, desejos e práticas. Boff (2005) apresenta que, expressamos nosso modo de ser no mundo a partir do trabalho e do cuidado. Para o primeiro, ele aponta nossas relações com o ambiente, nossas necessidades e desejos de conquista. Para o último, nos traz uma perspectiva do dedicar-se ao outro, independentemente de uma relação afetiva, o cuidado está intrínseco às relações humanas. E porque não pensá-lo juntos às práticas devocionais?: - O que

seria a religião, senão, um entregar-se ao cuidado? Talvez, devotar atenção, orações e ritos, seja uma forma de retribuir o “cuidado” pregado no discurso religioso?

Dialogar com essas questões talvez possa requerer deixar um pouco de lado o viés da razão, metodológico, epistemológico e mergulhar nas problematizações e empirias inerentes aos laços de afetividade e subjetivação, singulares a cada indivíduo, que embora participante de uma comunidade religiosa, vivencia de maneira íntima sua relação com o sagrado.

No Brasil, as romarias são um dos maiores eventos culturais e religiosos. Através delas, milhares de pessoas, movidas por uma esperança em comum, se destinam a peregrinar por caminhos a fim de professarem sua fé em busca de um local sagrado. Histórias, casos, relatos e figuras religiosas protagonizaram acontecimentos que fizeram destes “locais sagrados” aos que creem, exercendo significativa influência na expressão cultural das pessoas. As procissões e peregrinações são alguns exemplos de expressões e crenças que simbolizam essa conexão entre as pessoas e os lugares. Entre algumas das mais conhecidas estão a de Aparecida do Norte, em São Paulo; o Círio de Nazaré, em Belém, e Juazeiro do Norte, no Ceará, a qual trataremos a seguir.

A cidade que se desenvolveu em meio a um pequeno povoado de Tabuleiro Grande³ como era conhecida em 1800, quando ainda era distrito da cidade vizinha Crato, teve suas raízes fincadas na fé desde o início, com a doação de um pequeno loteamento para a construção de uma capela dedicada a Nossa Senhora das Dores a “Mãe das Dores”, Padroeira do local.

Por ali, moradores, comerciantes e forasteiros que andavam pelo sertão nordestino repousavam sob a sombra de uma árvore robusta e resistente a períodos longos de estiagem, recoberta por grandes espinhos: era um Juazeiro - que tempos depois inspiraria o nome de um pequeno povoado que começou a experimentar significativos avanços geográficos, econômicos e sociais a partir da chegada do Padre Cícero Romão Batista, em 1872, como pároco da capela da Mãe das Dores.

Neste cenário, o “Padim Ciço” - como se tornou conhecido - se estabeleceu como figura religiosa, política e social atuante na comunidade, especialmente, após 1889, como se conta na história popular, durante uma missa, a Hóstia Consagrada

³ Juazeiro do Norte (CE). Prefeitura. 2013. Disponível em: <http://www.juazeiro.ce.gov.br>. Acesso em: 20 ago 2024.

(corpo de Cristo) teria virado sangue na boca da Beata Maria de Araújo⁴. O acontecimento gerou grande repercussão nos arredores e cidades vizinhas, ganhando rápida notoriedade em meio aos que ouviam falar e depositavam fé no milagre atribuído ao sacerdote, já que o fato haveria ocorrido por intermédio de suas mãos. Logo, pessoas de todas as partes do Nordeste e do Brasil iniciaram suas peregrinações ao povoado em busca dos milagres, bênçãos e das graças do Pároco da capela de Nossa Senhora das Dores.

De lá para cá, as romarias foram registradas na memória física e documental, pelos escritos, relatos, pinturas e fotografias. E Juazeiro do Norte se fez uma cidade em potencial progresso. Hoje, um dos maiores centros culturais de religiosidade do Brasil, com a oitava maior estátua do mundo, localizada no Horto do Padre Cícero, no ponto mais alto da cidade.

Através dos avanços tecnológicos, essas celebrações puderam ser registradas, e hoje, com o advento das redes sociais, identifica-se uma vertente em ascensão de perfis institucionais religiosos em meio ao ambiente plataformizado. Partindo desse ponto, esta investigação se dedica a realizar um estudo sobre o perfil @maedasdoreljuazeiro na comunicação com os fiéis (romeiros) a partir da transmissão e interação com os conteúdos veiculados na página do *Instagram*. Tomando por base esses aspectos, a pesquisa encontra-se estruturada nas seguintes seções:

Seção 2- Aborda reflexões sobre os ritos, as tradições e as subjetividades que permeiam a existência humana, analisando como essas questões se manifestam por meio da relação com o consumo e com os símbolos que são produzidos e reproduzidos, os quais comunicam discursos de subjetivação. Além disso, inclui uma apresentação do objeto de pesquisa do estudo.

Seção 3- Foram problematizadas questões a respeito das relações dos sujeitos e suas práticas individuais e coletivas como pedagogias inerentes às vivências humanas e o atravessamento desses costumes no ambiente virtual, potencializado pelo processo de midiatização.

⁴ G1. Católicos relembram a história da Beata Maria de Araújo, do caso em que hóstia virou sangue em missa de Padre Cícero, no Ceará. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2022/05/25/catolicos-relembra-historia-da-beata-maria-de-araujo-do-caso-em-que-hostia-virou-sangue-em-missa-de-padre-cicero-no-ceara.ghtml>. Acesso em: 20 ago 2024.

Seção 4- São discutidos os procedimentos metodológicos, a caracterização da pesquisa e do objeto.

Seção 5- Apresenta-se as análises, as impressões e os resultados a partir dos dados coletados.

Seção 6- Mostra-se as inovações e as contribuições da pesquisa.

2 RITOS E PASSAGENS

Os ritos sempre estiveram presentes nas atividades humanas. Desde os primórdios, o homem buscou sistematizá-los a sua vivência para, de alguma maneira, justificar sua existência, dar sentido aos fenômenos incompreendidos, demonstrar saudações, submissões ou ainda manifestar desejos (Guilouski e Costa, 2012). Assim, a prática dos rituais assumiu um lugar no tempo de maneira linear na cultura dos povos, apresentando os eventos que ajudam a contar suas histórias, evoluções, conquistas, saberes e seu legado social , político, ético, religioso e subjetivo no mundo.

A tentativa de acertar o “portal” entre o passado, presente e futuro constrói mitos, pensamentos, (in)certezas e gera narrativas de confronto a respeito daquilo que se experiencia, como, quando e, sobretudo, o que é experienciado entre o tempo e o espaço. A partir de conexões com templos, lugares, objetos e símbolos que traçam o paradoxo entre as histórias que se medem através do cronômetro e permanecem vivas por meio do atravessamento de um lugar de memória e pertencimento (Ricoeur, 1994).

Na tradição das romarias de Juazeiro do Norte, a figura controversa do Padre Cícero desempenhou um papel central, tanto como líder religioso quanto político. Sua atuação, marcada pelo envolvimento em movimentos sociais de confronto com as autoridades, combinada à sua influência religiosa, deu origem a inúmeros contos e recontos. Até hoje, ele é reverenciado como um santo popular, mesmo sem o reconhecimento oficial da Igreja Católica. Essa dinâmica reflete a intensa efervescência que permeia a história das devoções e manifestações de fé em Juazeiro do Norte. Como apontado por Lira Neto (2009), essa história se constrói sobre complexas relações entre estruturas de poder, fé e conflito.

Começamos pelo princípio: O Padre Cícero Romão Batista nasceu em 24 de

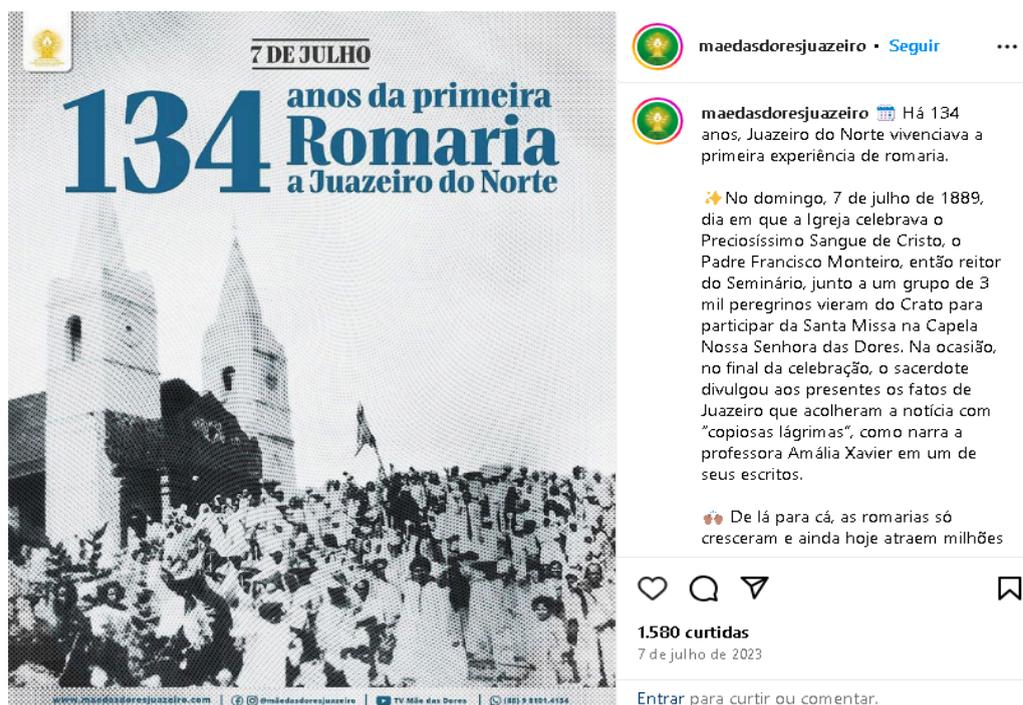
março de 1844, na cidade de Crato/CE. Segundo relatos populares, desde jovem manifestou a vocação para o sacerdócio e foi ordenado Padre em 1870, aos 26 anos. Ao assumir suas funções como pároco do pequeno povoado do qual eclodiu Juazeiro do Norte, vivenciou o acontecimento do “milagre” que lhe fora atribuído, episódio visto e interpretado de maneira divergente: para os fiéis, como uma benção, um sinal de santidade concedido ao clérigo. Para os céticos, uma manifestação diabólica ou mesmo charlatanismo - a própria Igreja Católica colocou em cheque o ocorrido. O que levou à suspensão de ordem de Cícero em exercer suas atividades como Padre.

No entanto, para aqueles que creram no que foi visto e anunciado entre os arredores, sua figura de santidade já havia se constituído, e a retaliação da igreja, pouco impactou a fé depositada ao Padim, que mesmo acatando o exílio de suas funções, continuava a ser procurado e venerado pelo povo.

Há 134 anos, em 7 de julho de 1889, Juazeiro do Norte vivenciou sua primeira romaria. Tendo o Padre Cícero como sexto capelão da pequena capela dedicada à Nossa Senhora das Dores, que se tornou a primeira igreja da comunidade de “Joaseiro”, após passar por reformas em sua estrutura física. Segundo registros, essa primeira peregrinação contou com cerca de 3 mil pessoas.

A figura singular do Padim se tornou sinônimo de esperança e ânimo para os peregrinos que cativaram o apreço por seus ensinamentos, através de suas reflexões e preces que sobreviveram ao longo do tempo e foram passadas de geração em geração por meio dos relatos e das histórias populares.

Figura 2- Primeira romaria em “Joaseiro”



Fonte: *Instagram* @maedadoresjuazeiro.

Assim, de sacerdote a messias, o Padre Cícero estruturou-se na vida social, afetiva, ética e até mesmo política, por seu prestígio e influência junto ao povo e as autoridades. Sua personalidade carismática, frequentemente recebia homenagens, presentes e louvores por aqueles que lhe atribuíam o título de patriarca. Seu envolvimento com tensionamentos de cunho político, como o cangaço, nas primeiras décadas do século XX, tornaram ainda mais intensas as críticas direcionadas a sua conduta enquanto representante da fé.

Sua relação com Virgulino Ferreira da Silva, o Lampião, rei do cangaço, que lhe devotava profunda estima e crença em sua santidade, virou frequente alvo de inquietações. Especulou-se a existência de um suposto acordo de facilitação e apoio tático aos cangaceiros por parte do Padre Cícero, a fim de manter a ordem e proteger as imediações de Juazeiro, em troca, o Padim manifestava sua intercessão divina em prol do bando, concedendo-lhes rogos de proteção e a bênção de seus pertences - incluindo armas, além de conceder abrigo contra as volantes⁵, quando necessário.

Por outro lado, conta-se ainda que em um episódio posterior, após o

⁵ Grupos de soldados enviados para capturar cangaceiros.

“massacre em Angicos” que dizimou Lampião, Maria Bonita e grande parte de seu bando, o Padre Cícero havia enviado uma carta ao então presidente Getúlio Vargas manifestando seu contentamento pelo ocorrido. Diz-se ainda que, a adoção de tal postura se deu com o objetivo de evitar retaliação por parte do poder vigente.

As especulações são inúmeras e, ao mesmo tempo, inconclusivas. O que se sabe de fato é que o Padre Cícero seguiu os passos na carreira política, assim como membros de sua família, e ingressou no Partido Republicano Conservador Cearense se tornando o primeiro prefeito de Juazeiro do Norte, passando a dialogar efetivamente sobre questões sociais, políticas e éticas do lugar e, portanto, atendo-se a atividades não apenas de evangelização, mas de domínio e civilidade dentro do vilarejo.

Além do cangaço, outros movimentos políticos ascenderam sua liderança e engajamento ativo em lutas históricas, como a Revolta do Juazeiro, em 1914, que se caracterizou como um conflito armado contra o estado a fim de reivindicar questões de insalubridades da região.

Sua relação próxima com autoridades nacionais - incluindo o presidente - lhe concedia poderio de tal forma a apadrinhar candidaturas e influenciar decisões daqueles que buscavam sua benção para disputas eleitorais e cargos públicos. Mas nem só de política se vivia, seu empenho frente às causas humanitárias que assolavam o Brasil, e, particularmente, o Nordeste, como a fome, a seca e a miséria eram tidas como ações de enfrentamento e desejo de resolução pelo Padim. É, inclusive, em uma dessas frentes que nasce um dos maiores mitos sobre a trajetória de “Patriarca do Nordeste” (Figura 3). Quando, em sonho, participando da Santa Ceia com Jesus Cristo e seus apóstolos, o Padre Cícero teria recebido a revelação do Senhor, com a frase “E você, Cícero, toma conta deles!”. A partir de então, esse chamado teria sido o pontapé inicial de sua vida de dedicação em prol do crescimento de Juazeiro do Norte e da prosperidade de sua gente.

Figura 3- Profecia do Padre Cícero



Fonte: perfil @peciceroromao

Um de seus maiores feitos, frequentemente lembrado, na romaria de candeias, é o apoio manifestado a uma família que morava pelos arredores de Juazeiro e enfrentava dificuldades financeiras, o ofício do pai era acendedor de lampiões, o Padre Cícero, tomando conhecimento da situação, às vésperas da romaria de Nossa Senhora de Candeias (celebrada em 2 de fevereiro), decidiu incentivar os fiéis a comprarem lamparinas para embelezar a procissão. Uma forma de ajudar a família, promovendo o sustento e ainda fomentando a prática da fé junto aos valores cristãos de caridade e dedicação ao próximo. A representação e expressividade de tais fatos, se anunciam através de canções, como:

Bendita e louvada seja
A luz que mais alumia
Valei-me meu Padrinho Cícero
E a mãe de Deus das Candeias

Oh que caminho tão longe
Cheio de pedra e areia
Percorre o bom Peregrino
Da Mãe de Deus das Candeias

No Caminho de Juazeiro
Nunca ninguém se perdeu
Por causa da aluminara
Da Mãe de Deus das Candeias

A luz da fé que nos guia
Aqui nos reanimou
Formamos grande família
De Cristo nosso Senhor

Fonte: Mãe de Deus das Candeias - Coral nossa Senhora das Dores

Assim, em meio a esse contexto, a fé se consolida e aflora-se costumes, crenças e ritos que sobrevivem as mediações do tempo e são ressignificados e incorporados às rotinas do imaginário que tramitam as conexões devocionais.

A reconciliação do Padim com a Santa Sé veio somente em 2015 e, recentemente, no ano de 2022, ele foi reconhecido pela Igreja Católica como “Servo de Deus”, levando em consideração suas ações veneráveis na fé e na participação comunitária. Fato que ascendeu a esperança da nação romeira pela causa de sua beatificação.

2.1 Consumos

O consumo desempenha um papel relevante no campo comunicacional à medida que muitos teóricos e pesquisadores passaram a repensar seu caráter protagonista em todas as instâncias das vivências humanas. Bauman (2008) compreende que o sujeito, antes de tudo, é uma mercadoria. Pois o mercado e as estruturas de poder modelam sua existência e fabulam reações a partir de regras: a) Todo produto é vendável, logo, deve ser consumido; b) As pessoas precisam satisfazer desejos; c) O consumo é sustentado pela “intensidade do desejo”, criando signos que se articulam a partir de um apelo onde “a própria subjetividade se torna uma mercadoria a ser comprada e vendida no mercado” (Bauman, 2008, p. 152).

Esse pensamento também se aplica ao âmbito cultural, uma vez que os objetos são uma marca identitária e memorial da nossa existência social, política e afetiva. São, portanto, símbolos que remetem, para além do nosso desejo, as nossas recordações, tradições e crenças. Elementos que se inserem no processo de construção humana de forma dinâmica e consistente, processo esse que se

internaliza dentro da sociedade em diferentes grupos sociais e de diversas formas. Santaella (1983) defende que é essa variedade de símbolos que favorece a comunicação, pois, através deles, podemos expressar uma série de informações e conteúdos, responsáveis por difundir mensagens em meio a uma narrativa.

Nas tradições religiosas, a fé pelo consumo representa devoção, veneração e proteção. Uma forma de materializar personalidades sacras, amuletos e orações. Para os católicos, por exemplo, a figura dos santos desempenha um papel importante na construção de sua identidade (Passavento, 2008). Cascudo (2000) compreende que a religião e o folclore estão diretamente ligados desde a colonização do Brasil, com a incorporação do catolicismo. Essas imagens sagradas são elementos que há muito tempo estão presentes na sociedade - embora possuam significados diferentes para cada cultura, na tradição do catolicismo:

[...] se caracterizam por serem manifestações de petição e de agradecimento por benefícios e de renovação dos pedidos feitos à imagem do santo protetor a devoção aos santos, característica da religião católica, é marcada pela realização de celebrações coletivas em sua honra ao longo do ano e permite compreender as diversas nuances das práticas de piedade popular. (Santos; Lima, 2020, p. 56)

No decorrer do processo histórico, essas práticas criam simbologias para agregar valor, personalidade e subjetividade, e, com o passar do tempo, vão ganhando novos sentidos, representações e características, à medida em que o homem foi evoluindo e interagindo com o meio, formando comunidades e moldando novas formas de interação e relacionamentos ao devotar suas crenças. Nesta perspectiva, a definição de imaginário se tece a ideia de pertencimento e da relação entre o aprendizado, a prática e construção de narrativas.

Kotler (2002) observa esse “convite” para a aquisição de mercadorias, produtos e objetos como uma oportunidade em potencial para atingir indivíduos afins. Uma vez que os nichos estão convergidos e direcionados a um local específico, a comunicação viabiliza trocas e informações em um ambiente livre e democrático para manifestar proximidades e propósitos, onde os sujeitos se tornam capazes de mediar o consumo e também questionar valores e perspectivas daquilo que consomem.

Trazendo a tona a articulação entre o consumo voltado às práticas religiosas, frequentemente vemos artefatos, vestimentas, livros, conteúdos de mídia sonora,

utensílios e até mesmo ofertas em dinheiro sendo empregadas em favor de uma necessidade de diálogo e aproximação que se cria diante de pessoas que compactuam de ideais e pensamentos afins e, que, sobretudo, buscam uma aproximação mais afeita com aquilo que se promove através da fé.

Pegando essa analogia, voltemos às romarias de Juazeiro do Norte, no exemplo apresentado anteriormente (da romaria de Candeias) que expressa o quão imbuído está o consumo, ainda que não nos demos conta, mesmo que não apareça, é o consumo quem dita muitas relações sociais. Foi através dele que Juazeiro do Norte cresceu e tornou-se a cidade mais desenvolvida do estado, até hoje sustentado - primeiramente - pelo consumo da fé, em seguida, por todas as atividades que giram e crescem em seu entorno.

Artesanatos, terços, livros, fitas, chapéus de palha - que são símbolo dos romeiros para se resguardar do sol -, velas, candeieiros, camisetas estampadas, estátuas, quadros e garrafas personalizadas, são alguns dos ítems que compõem o perfil dos romeiros que visitam as celebrações e levam consigo elementos que são sinônimos de recordação para si ou ainda para presentear alguém.

Figura 4- Artesanato na Romaria de Candeias



Fonte: autoral

O consumo da fé diante das romarias fomentam pontos positivos como o turismo religioso, o reconhecimento nacional do espaço como um grande centro de

religiosidade e o estímulo à movimentação econômica em meio a efervescência sociocultural da cidade. Entretanto, um dos pontos negativos é o lixo deixado nas ruas pelas multidões, especialmente garrafas pet, que são descartadas irregularmente nas calçadas, praças e ruas.

No entanto, há um paradoxo: existe uma garrafa de água - comercializada no formato da imagem do Padre Cícero - que não é avistada em meio às demais "descartáveis". Nasce aí um questionamento: Porque as outras são insignificantes e esta não? A resposta pode ser problematizada de múltiplas maneiras, a partir do diálogo tecido entre o consumo e as representações subjetivas evocadas pelas representações sagradas, pois, além da obtenção física da garrafa, enquanto objeto, há uma personificação da fé, que dialoga com símbolos dentro de um espaço (Santaella, 2010). Afinal, essa água seria para beber ou para guardar?

A garrafa de água que estampa o Padre Cícero é um item muito comum nas ruas, praças, igrejas e nos demais cenários que constroem as romarias, foi lançada em 2016, por uma empresa da cidade de Crato - terra natal do Padre Cícero. E é um elemento popular frequentemente avistado no comércio físico e nas mãos dos peregrinos que visitam Juazeiro do Norte. Intrinsecamente, parece representar um acessório sagrado, ainda que não ocupe espaços sacros como no interior das igrejas e ambientes de devoção, ela está presente nas vitrines do entorno, no comércio e nas bancas que estão nos arredores das romarias.

Figura 5- Garrafa do Padre Cícero



Fonte: autoral

A misticidade que gira em torno desse objeto gera discussões em torno de sua produção e comercialização, uma vez que envolve aspectos relacionados a várias vertentes, como ao *marketing*, enquanto produto e a cultura, ao passo que contempla a representação de um símbolo religioso. A sacralização de produtos religiosos estabelece conexões entre o sagrado e o profano: essa prática pode ser entendida como um enlace que fortalece e identifica a prática da fé, ao passo que se apropria dessa tradição através do gatilho espiritual e religioso para gerar capital em cima do produto.

Essa relação dual não é um fenômeno que teve início em tempos recentes, se considerarmos o acesso a indulgências e objetos sacros no passado da tradição católica. Trazendo essa analogia para o presente, é possível perceber que os amuletos do passado foram apenas repaginados e continuam a existir enquanto dispositivos que garantem a mercantilização da fé. Fazendo com que esses produtos passem a denotar expectativas de proteção, benção, veneração e vínculo com o divino.

2.2 A Reprodução

Torna-se característica essencial no processo de internalização dos símbolos, a incorporação de elementos fruto de uma atividade histórica marcada por mudanças de hábitos e comportamentos distintos, que permeiam as relações do ser humano com os mais variados espaços nos quais ele está inserido. Essas relações, por sua vez, se projetam a partir das imagens e expressões que se tornam ferramentas importantes na construção da identidade dos sujeitos.

Nas contribuições do sociólogo Stuart Hall (2015), que se dedicou a estudar a constituição da identidade a partir da transmissão e recepção da cultura para o sujeito, aspectos relacionados ao consumo, por exemplo, estão impregnados nas expressões culturais e desempenham um papel relevante no campo comunicacional, à medida que muitos teóricos e pesquisadores passaram a questionar seu caráter protagonista em todas as instâncias da vida cotidiana.

A indústria cultural compreende impactos nos valores e ações sociais, para Adorno e Horkheimer (1985) é um espaço onde as reflexões e o senso crítico inexistem e são substituídos pelo prazer e divertimento, a ponto de sermos conduzidos por um completo estado de alienação. Nesta visão, a cultura - que é algo tão peculiar - passa a ser descaracterizada e se torna uma padronização banal. Os impactos ideológicos refletem uma sociedade que desconhece a razão e é regida por uma realidade instrumental, ou seja, que cria necessidades e desejos fabricados, falsos e desnecessários. O culto a estética também se encontra imbuído em uma lógica convencional: nos filmes, nas músicas, nas dramaturgias, nas artes, na apreciação e nas esferas criativas, que perdem sua essência e a repetitividade assume o lugar da originalidade por meio da reprodução em massa.

No entanto, as imagens nos cercam a todo momento, são vitrines que carregam consigo um legado de informações que podem ser implícitas ou explícitas, e assumem um caráter demonstrativo no patrimônio social entre as civilizações e singular para cada indivíduo, basta observarmos as pinturas rupestre e todo o movimento registrado através da pintura, imagens pré-históricas que contam a história de uma sociedade antecessora, que catalogou seus saberes e suas vivências através de cenas. Afinal, o que seria do mundo sem as imagens? O que seria da humanidade sem seus registros visuais?

A contemplação dos vultos de sombra e a posterior descoberta do reflexo já

estavam presentes há muito tempo nas vivências do homem, conforme Platão nos apresentou, mostrando essa ser uma das primeiras demonstrações da necessidade dos sujeitos em criar imagens, fabricá-las a partir de sua visão natural, imaginação ou mesmo contemplá-las por perspectivas de terceiros.

Sob esta sentença, Santaella (2012), comenta o papel da representação visual como algo que evoca a necessidade de interpretação e leitura onde são apresentados modos de visão da realidade. Sendo assim, ela destaca que a perspectiva de compreensão das imagens está para além de uma mera estetização, pois estabelece um diálogo de significância e identidade no intermédio de uma mensagem.

Braga (2012) compreende esse processo de mediação como sinônimo de uma ação na transmissão da realidade a partir da noção de “real”, que está amparado sob alguma perspectiva, o que, segundo o autor, nunca será de fato “o real” - pois a definição que entendemos como, está sempre condicionada a uma ótica subjetiva:

A ideia de mediação corresponde à percepção de que não temos um conhecimento direto dessa realidade – nosso relacionamento com o “real” é sempre intermediado por um “estar na realidade” em modo situado, por um ponto de vista – que é social, cultural, psicológico. O ser humano vê o mundo pelas lentes de sua inserção histórico-cultural, por seu “momento”. (Braga, 2012, p.32)

Superando o pessimismo dos frankfurtianos, Benjamin (1987) destacou em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” a compreensão de um novo estado da arte através da fotografia e do cinema, como uma potência que provinha e era consumida pelas massas. Pois os aparelhos tecnológicos possibilitaram a reprodução e a aproximação do público com as obras, viabilizando novas formas de interação, com experiências de contemplação e interpretação.

Desse modo, a recepção da obra de arte se transforma, à medida que há uma maior possibilidade de disseminação desse conteúdo. Além disso, Benjamin acreditava na existência de um “valor de exposição” e entendia esse fazer artístico como algo revolucionário, ainda que se perdesse a “aura”, o valor de culto da unicidade de uma obra, criava-se, por outro lado, a capacidade de politização das massas, a consciência crítica, liberdade de pensamento e o acesso a obras que antes seriam impossíveis de se tornarem conhecidas sem a reprodução.

Diante desses aspectos, podemos pensar a comunicação visual como uma ferramenta inerente às experiências humanas. Debray (1993, p. 80) escreveu que “o homem só tem acesso a um começo de imortalidade por suas próteses”. De certo, podemos pensar o papel que desempenham as imagens a partir desta reflexão, se fizermos analogia juntamente aos meios de comunicação de massa, que também se tornaram parte integrada à vida e as necessidades humanas, adentrado nas mais variadas esferas de suas interações com o meio e com os demais (Hepp, 2014).

O entendimento desse cenário ajuda a nortear a compreensão dos encadeamentos contemporâneos e a relação tecnológica entre os meios de comunicação e os sujeitos: à medida que se celebra o apelo na produção de conteúdos visuais, tal qual uma saga, na continuação de modos de produção e reprodução constante de imagens. Por “saga” podemos remeter a uma sequência narrada, uma novidade à espreita, neste caso, um novo jeito de se relacionar mediante a necessidade de exposição que as tecnologias evocam.

No impresso, no rádio, na televisão e na internet, em todos os ambientes, especialmente nos digitais, há uma dinâmica de sobrevivência que se ressignifica através do tempo assumindo um caráter comprobatório auxiliado por elementos visuais. Se “uma imagem conta mais que mil palavras” - parafraseando o dito popular - podemos dizer que elas, mais do que nunca, são prova de afirmação que conectam o público a mensagem, provocando relações afetivas e alavancando novas conexões no âmbito midiático, uma vez que:

Os meios de comunicação oferecem uma esfera pública para a reflexão da sociedade sobre si própria, e, através disso, é oferecido o próprio fórum que torna as várias instituições visíveis para todos, assim como promove uma discussão sobre quais recursos e regras deveriam estar disponíveis e são requeridos em quase todos os aspectos da vida social. (Hjarvard, 2014, p.34-35).

Assim, os meios de comunicação ganham autonomia, passando a extrapolar o mero conceito de tecnologia, criando-se um estado de onipresença, onde não podem mais ser visto de maneira heterogênea/separada dos interesses inerentes às demandas sociais, ou seja, nessa nova configuração, mídia, cultura e sociedade se enlaçam conjuntamente criando uma nova ordem de poder.

A partir dessa discussão, é possível compreender os meios como instrumentos da indústria cultural, que forjam novas interações no modo de

envolvimento com os sujeitos, nos seus gostos, crenças e práticas. Hoje, potencialmente representadas na vida plataformizada, que convoca a experimentação algorítmica e induz a expressividade de captação e superexposição da realidade.

Neste parâmetro, é possível afirmar que a midiatização é um fenômeno que a sociedade vem experimentando com muita intensidade nos últimos anos, através dos meios de comunicação de massa, na transmissão e recepção das mensagens, por meio de narrativas midiáticas. Este processo histórico de transformação, vem se instalando e aprimorando-se ao longo do tempo, ganhando cada vez mais espaço em nossas vidas: graças às inovações tecnológicas, especialmente, com a internet, que proporcionou a experiência de um modo de vida imediato, em tempo real, criando oportunidades de ampla comunicação, com a expressão de pensamentos, ideias e concepções dinâmicas e peculiares.

Trazendo mais uma vez tais aproximações para a tradição das romarias, é possível perceber sua expressividade a partir das imagens que se disseminam e contam o legado de fé expressado por meio dos rituais. A própria reprodução da imagem do Padre Cícero desponta esse entendimento, por meio da xilogravura, pintura, estátuas e fotografias que mantiveram viva sua representação, seus traços e costumes. Vistos, por exemplo, no uso da veste preta e no chapéu de palha, ambos amplamente utilizados pela nação romeira para fazer referência a sua devoção.

Nos ambientes físicos vemos esta interferência nas estátuas, nos objetos, locais públicos, na nomeação de estabelecimentos comerciais e afins. Já nos ambientes digitais, é possível observar o surgimento de depósitos/acervos virtuais. Pensando por essa óptica, podemos refletir que a saga das imagens apreciadas nas redes sociais, representam uma temporalidade de um não estar físico, mas instantaneamente conectado com aquilo que vai de encontro a particularidade do indivíduo. A partir desses registros, os peregrinos podem compartilhar em rede suas vivências e manifestar sua fé. A capacidade de acesso e conexão com os demais membros de sua religião, é favorecida por meio dessa comunicação que integra pessoas, rituais e experiências.

Cria-se, portanto, a possibilidade de relação contínua com vivências compartilhadas, que demonstram uma forma contemporânea de viver as interações com o sagrado, em um novo modelo de culto à imagens, de forma possivelmente ambígua, tendo em vista a tradição de veneração ao culto de figuras, inerentes aos

ritos católicos e os atravessamentos tecnológicos que se colocam à luz da prática.

2.3 O Padim no *Instagram*

Olha lá no alto do horto
Ele tá vivo
O Padim não tá morto
Olha lá no alto do horto
Ele tá vivo
O padim não tá morto [...]

[...] Eu, todos os anos
Setembro, novembro
Vou ao Juazeiro
Alegre e contente
Cantando na frente
Sou mais um romeiro
Vou ver meu Padim
De bucho cheio
Ou barriga vazia

Olha lá no alto do horto
Ele tá vivo
O Padim não tá morto.

(Viva meu Padim, canção de Luiz Gonzaga, 1958).

Os versos de Luiz Gonzaga explicam uma relação que ultrapassa a religiosidade e permeia a arte nas poesias e canções que eternizaram os laços de devoção e consagração à divindade do Padre Cícero. Algo que parece estar imortalizado no coração da nação romeira, que inspira relatos artísticos que sobreviveram através do tempo e transpiram em meio a recreação de sua marca.

A canção do Rei do Baião, é uma entre inúmeras outras de diversos compositores que foram inspirados a criar melodias pelo vocativo da fé, pela experiência ou apreciação diante do que via e se falava: remetendo-se ao Padre Cícero como ancoradouro de esperança e renovação. Uma cultura que perpassa as músicas, versos e os registros da memória, quando cresce e ganha novos formatos à medida que os avanços tecnológicos se consolidam nas vivências cotidianas.

Após 180 anos de nascimento e nove décadas desde sua morte, o Padre Cícero inaugura um novo capítulo na história que atravessa as dimensões da fé que perpassam as narrativas e o imaginário dos devotos e peregrinos, chegando às redes sociais (figura 1). Com isso, o perfil criado em abril de 2023, seguido por

pouco mais de 7 mil pessoas no *Instagram*, que comporta atividades de evangelização, louvor e rogos ao “Patriarca do Nordeste”.

Pensando nisso, entre as diversas possibilidades, é possível vislumbrar que o perfil elabora um elo de aproximação aos que cativam o amor aos ensinamentos, através das palavras pregadas pelo Padim - reflexões que antes eram mediadas de maneira mais presente pela oralidade, com os relatos dos mais velhos, a sabedoria popular, os cordéis, poemas e folhetos, e agora podem ser distribuídos de maneira acessível e instantânea através dos ambientes digitais. Santaella (2004) acredita que, essa relação afeta a construção da identidade dos sujeitos, onde as influências desdobram o “eu” na construção do imaginário, ao passo que começam a existir novas identidades, aprofundamentos e culturas diante do ciberespaço. De certo, é intrigante pensar nas novas possibilidades devocionais diante da tecnologia, onde surge uma espécie de santuário, um museu ou mesmo acervo a ser apreciado *on-line* que surge diante da necessidade de mediação e preservação do conhecimento e da história popular.

Figura 6- Primeira publicação no *Instagram* @peciceroromao



Fonte: perfil @peciceroromao

Segundo Martino (2014, p. 271), novos mundos se criam e se conectam a todo momento em meio ao uso de ferramentas digitais, pois elas “foram apropriadas pelas pessoas, grupos, comunidades e sociedades como parte de suas atividades, de seus relacionamentos, suas vidas”. De tal modo, na rede social, a construção da

figura simbólica do Padre Cícero se demanda a partir de novas necessidades e caminhos que se criam a fim de meditar a fé e estabelecer vínculos com novos públicos, além de abranger os já tradicionalmente existentes.

A construção midiática de um perfil, especialmente de uma divindade popular, se dá a partir de interações inerentes à devoção do público-alvo. Neste caso, possibilita aos católicos experimentarem panoramas singulares na manifestação de sua crença: por meio de curtidas, comentários, compartilhamentos e ações que engajam discursos e concepções. Sobre esta percepção, Hepp (2014) compreende que tudo que existe no mundo midiático é construído, como em uma encenação: onde as mídias regem um processo que conta com práticas comunicativas que dependem de atores para acontecer.

Com os avanços tecnológicos da comunicação, essas vivências puderam ser transmitidas de maneira mais expressiva através dos meios de informação, que ajudam a mediar os acontecimentos e as celebrações de fé - fenômeno de muita aderência no decorrer da história, desde a imprensa tipográfica, onde pregadores religiosos se utilizavam dos meios comunicacionais para expandir os horizontes de interação e partilha com seu público. Dessa maneira, através dessas ferramentas, criou-se uma maneira prática e hábil de aproximação entre instituições, figuras religiosas e os fiéis (Hjarvard, 2012).

Se tomarmos esse enredo como exemplo, podemos fazer a seguinte analogia: os atores coadjuvantes são os fiéis e a figura religiosa e simbólica do Padre Cícero é o protagonista, o *Instagram*, é o cenário e a ponte para a articulação midiática, onde os padrões comunicacionais se instauram. Assim, é possível tecer a seguinte análise: de um lado, temos uma figura religiosa de forte influência na vida cristã dos peregrinos, que - ainda que postumamente - se faz presente em uma mídia digital atual e dinâmica como a rede social. Enquanto parte de uma organização, modela suas tradições e se adapta a um formato de presença/existência através de telas digitais, que permite a ampliação do alcance de comunicação com seu público por meio de postagens e ações simbólicas. Do outro lado, está o fiel que agrega essa ferramenta virtual ao seu rito, como forma de validar sua crença, que pode reagir com ações de interação, como curtidas, compartilhamentos, comentários, pedidos de oração, depoimentos, envio de registros pessoais e muitos outros comportamentos que se convertem em ações representativas nessa rede.

Desse modo, o *Instagram* do “Servo de Deus” pode ser compreendido como uma conexão histórica, a partir do momento em que são tratados fatos significativos de sua vida sacerdotal. Este uso comunicacional pode ser interpretado como uma forma de aproximar os fiéis dos acontecimentos de ordenação de Cícero como Padre e de sua vida cristã, das benfeitorias para o crescimento de Juazeiro do Norte, assim como divulgar a fervorosa veneração dos peregrinos, mostrando também, as celebrações que acontecem em prol do reconhecimento de sua santidade, visando o fortalecimento dos laços de fé e a conversão de novos adeptos a causa da beatificação. Compreender essas nuances é essencial para visualizar como as trocas se convertem em momentos de comunhão, partilhados em tempo real com os demais usuários a partir de uma rede:

Levantar questões como essa torna evidente que as mídias não “fazem” nada por conta própria. Elas se tornam influentes na medida em que alteram os processos de interação simbólica ou, para ser mais preciso: de comunicação. Somos confrontados com complexos processos de entrelaçamento, nos quais certas práticas humanas se tornam institucionalizadas e reificadas em algo que chamamos de “uma mídia”, que – ela mesma em constante mudança - “altera” nossa construção (comunicativa) de culturas e sociedades. (Hepp; Hasebrink, 2015, p.76)

Um outro aspecto importante de ser abordado é o teor das mensagens expressadas através dos textos verificados nas legendas das publicações, sobre eles, é possível dizer que são elaborados com intuito de instigar interação e participação dos seguidores e, a partir da veiculação das imagens, é possível encontrar aproximações e demonstrações de afetos devocionais aos que já atribuem o título de santo ao Padim e interagem com os bustos, estátuas, camisas e outros objetos que estampam seu rosto, suas frases e profecias como sinal de convicção. Podemos dizer que esses são os “fiéis midiaticizados”, pois fazem uso de tecnologias que validam sua rotina de fé e testemunham sua prática (Satuf, et al 2017). Além disso, as histórias proféticas do Padre Cícero sobre as práticas devocionais e vivências futuras são um dos capítulos mais celebrados pelos romeiros: ensinamentos que permanecem enraizados nos enunciados da memória.

Desse modo, podemos dizer que a construção midiaticizada do Padim, é fruto, sobretudo, da necessidade de interação com o seu público em uma relação mútua de dependência e favorecimento de ambas as partes, sustentadas pelo pilar da

comunicação que interliga interesses, afinidades e relações alusivas que se sustentam através de um legado que nutre sentimentos e horizontes de esperança e credibilidade espiritual.

Essa relação beneficia a difusão e a sobrevivência de narrativas, transmitindo-as entre as novas gerações, haja vista que a tradição das romarias surgiu em meio a oralidade e se perpetuou ao longo do tempo através desse dispositivo de mediação que emergiu a partir dos relatos populares.

2.4 A Casa da Mãe das Dores

Frente a todas as discussões levantadas até aqui, finalmente chegamos ao ponto chave desta pesquisa: a Casa da Mãe das Dores. Sua história acompanha toda a trajetória do Padre Cícero no sertão cearense, sendo o principal cenário de tamanhas manifestações e acontecimentos. A Basílica Santuário, como a conhecemos hoje, se tornou o primeiro templo religioso de Juazeiro do Norte, sob os cuidados do Padre Cícero, que promoveu ampliações no espaço que se situava em torno de pouco mais de 30 casas.⁶

A própria imagem da padroeira se tornou símbolo de resistência e apreciação diante dos devotos, vindo a ser um dos cartões postais de Juazeiro do Norte. Sua presença no altar mor da capela foi uma aquisição obtida através de amizades do sacerdote que, quando suspenso de ordem pela Igreja Católica, foi exigida sua retirada a fim de evitar práticas de devoção. No entanto, as cordas que até hoje adornam a escultura foram colocadas pelos fieis impedindo tal ação.

A Basílica de Nossa Senhora das Dores é um espaço de visitação e abrigo perene a nação romeira, foi elevada a Santuário em 2002, e mantém um fluxo crescente de romarias que atraem milhares de devotos e turistas durante todo o ano, em busca de pagar promessas e agradecer pelas graças alcançadas pela intercessão do Padim e da Mãe das Dores.

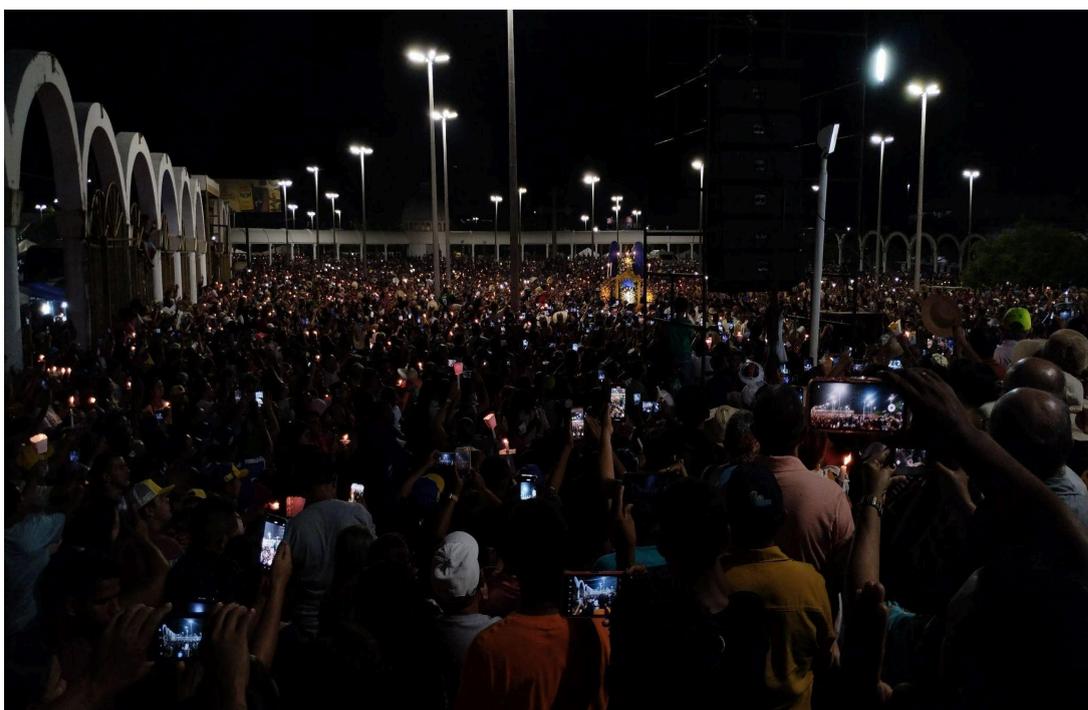
Com o passar do tempo, os ritos de veneração e gratidão ganharam novos aliados na preservação da memória: os equipamentos tecnológicos - cada vez aperfeiçoados em qualidade, instantaneidade e realismo - permitiram captar recordações turísticas e cotidianas na cidade de forma compartilhada,

⁶Fonte: IBGE. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?id=436440&view=detalhes>. Acesso em: 7 mai. 2024.

concretizando um fenômeno que diversas instituições vêm experimentando com o uso de mídias e ferramentas digitais para potencializar a comunicação e a participação de pessoas por meio da interação virtual em telas.

No campo sagrado, não foi diferente. Mesmo antes da pandemia da Covid-19⁷ (momento axial que demandou distanciamento social, onde as mídias exerceram papel fundamental na comunicação entre as pessoas, instituições e serviços) e, sobretudo, em meio a ela, os fiéis que não conseguiriam estar fisicamente presentes poderiam acompanhar as celebrações e procissões através das telas de seus *smartphones*, superando as barreiras físicas e geográficas, tornando-se onipresentes.

Figura 7- Fiéis na Basílica de Nossa Senhora das Dores



Fonte: autoral

Em meio a um cenário de isolamento social, a Mãe das Dores se reinventou e adaptou sua programação por meio de diversos portais de comunicação midiática, principalmente nas redes sociais: *Youtube*, *Instagram* e *Facebook*, através de *lives*, vídeos, programas, fotos instantâneas e campanhas de incentivo à participação dos

⁷: Unasus. 2020. Disponível em: <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>.

romeiros no meio virtual. Um modelo de programação que foi integralmente incorporado em um cenário pós-pandemia.

Atualmente, a Basílica de Nossa Senhora das Dores, por meio de seu perfil nas redes sociais (“Mãe das Dores Juazeiro”/ @maedasdoreljuazeiro) mantém uma relação mútua de interação com os peregrinos. É através do *Instagram*, com postagens diárias nas ferramentas de *feed* e *stories* que as celebrações podem ser acompanhadas de diversos lugares pelos devotos.

A comunicação visual do perfil manifesta intensa atividade: com registros enviados pelos romeiros, o dia a dia das celebrações, datas comemorativas, campanhas solidárias, quadros evangelizadores, orações, novenários e transmissões. Na grade permanente dos destaques encontram-se informações primárias, da programação diária, celebrações, história do local e demais elementos que verticalizam a comunicação com o público.

Figura 8- Destaques do perfil da Basílica Santuário no *Instagram*



Fonte: *Instagram @maedasdoreljuazeiro*.

Além disso, frequentemente verifica-se postagens que reforçam a devoção ao Padre Cícero por meio de depoimentos dos fieis e dos pedidos em favor de sua beatificação, bem como o resgate de suas profecias e pregações que sobreviveram através do tempo. As cores das postagens também sinalizam a preocupação com uma visualidade engajada, à medida que se alteram de acordo com cada festividade.

Essas estratégias reforçam o elo comunicacional que as imagens convocam dentro e fora da vida plataformizada, levando em consideração a tradição cristã, que cultua imagens consideradas sagradas com a reprodução representativa dos santos

em quadros e esculturas, por exemplo. Para os católicos, as imagens dos santos desempenham um papel importante na constituição de sua prática devocional e ações de crença.

No ambiente digital, a reprodução dessas imagens e a comunicação visual favorecem e democratizam o acesso a registros e a participação assídua dos romeiros nas celebrações, garantindo a possibilidade de manifestarem suas preces, orações e agradecimentos. Reforçando laços de pertencimento e união entre aqueles que se encontram fisicamente ou virtualmente desfrutando das mesmas experiências graças à reprodução. Na qual Lúcia Santaella (2005, p.30) comenta que:

A onipresença do paradigma fotográfico paralelo e entre-meado agora ao pós-fotográfico também não deve no levar a crer que a produção de imagens midiáticas pode dispensar o paradigma pré-fotográfico das imagens que dependem de habilidades manuais como o desenho, a pintura, a escultura e a modelagem. Essas habilidades estão preservadas nos estágios preliminares de produção midiática. Os designers frequentemente fazem esboços e desenhos na fase de elaboração de uma publicidade.

Ademais, os registros aproximam os sujeitos das narrativas, resguardando as histórias do passado para as próximas gerações. Elucidando o papel que os registros visuais asseguram, com a preservação do legado de fé. Em suma, podemos captar a partir dessa reflexão, que o *modus operandi* de se viver as relações com o sagrado se instaura num crescente estímulo à captação de interações que viabilizam o estar presente através das redes sociais, numa significância ubíqua.

Tencionar as práticas religiosas a partir da midiatização e plataformização de suas atribuições é uma atividade que envolve reflexões sobre o sentimento de partilha, comunhão e um “estar” diante da interação com o divino. É compreender um paradigma onde as mídias adentram e se fundem a novos nichos de mercados, empresas e instituições, moldando novas formas de relacionamento entre a sociedade e a cultura (Hjarvard, 2012).

Dessa maneira, Hepp (2014) justifica esse fenômeno em sua teoria “socioconstrutivista”, acreditando que esse novo momento ultrapassa os horizontes institucionais, pois a mídia já está permeada de maneira influente no tecido social e em todas as atividades que evocam seu uso e interferem diretamente nas relações

entre os indivíduos e seus costumes.

Em meio a essa discussão, podemos fazer o seguinte questionamento: há um valor de culto às imagens que são (re)produzidas no ambiente digital, especialmente, nas redes sociais quando se trata de um aspecto tão particular quanto a religião? Se por um lado Benjamin acreditava que a “aura” estava na unicidade das obras e em sua aplicação autêntica nos rituais que envolvem as imagens. Por outro, podemos dizer que atualmente a “aura” se encontra numa lacuna subjetiva a cada indivíduo, que se atém dentro da lógica midiática, na vida plataformizada.

3 AS EXPERIÊNCIAS DO EU

A religião é um exemplo de narrativa que ajuda a elucidar e trazer sentido aquilo que a humanidade não consegue compreender, provar ou explicar mediante seus saberes. E se torna assim, um abrangente campo de estudos, à medida que é possível observar o discurso religioso por uma perspectiva marcada, historicamente, pelo apontamento, moldagem, domínio e julgamento aos desejos do eu (Valério, 2004). Se tomarmos como base os acontecimentos históricos, percebemos que as dimensões que evocam as relações com o sagrado, sempre foram passíveis de inquietações e questionamentos aos valores impostos.

Louro (2018) explica que enquanto seres sociais, dotados de particularidades, afetos e relações, somos moldados e influenciados continuamente por pedagogias que nos atravessam: seja no convívio com pessoas ou pela ação de instituições como a família, o estado, a escola ou a religião. A autora é referência em estudos sobre sexualidade e educação, e em seus apontamentos demonstra a tensão histórica entre a sexualidade e a religião e, para além desses aspectos, a moldagem de modos de ser, uma vez que, a religião tem um papel significativo na formação de valores e normas sociais.

No caso da tradição católica, por exemplo, podemos citar diversos marcos, apogeu e declínios. Recordemos: na idade média, a Igreja Católica era a instituição que detinha o maior poder e prestígio social frente aos preceitos éticos e morais estabelecidos no meio, ditando questões relacionadas à família, convívio, comportamento, indulgências, apropriação, produção, reprodução, sexualidade e tudo que dizia respeito às vivências coletivas.

Algo que, posteriormente, foi ressignificado pelos movimentos hereges e a transição dos feudos para o capitalismo, mas que permaneceu velado por novas formas de domínio e poder, na concentração de riquezas, valores de justiça, ética e sociabilidade. Impulsionados pelo advento da reforma protestante, por meio da prensa tipográfica de Gutenberg - tecnologia que possibilitou a disseminação e acesso a informações em meio ao cenário efervescente de mudanças trazidas pela revolução industrial. Bem como a corrente de pensamento iluminista, fundada em ideais de razão, esclarecimento, desprendimento e questionamento dos costumes.

No Brasil, o reflexo da herança de dominação vem desde as raízes do processo de colonização. A imposição dos portugueses sobre a cultura politeísta dos indígenas, com a catequização, é um dos primeiros registros de formas de dominação - não apenas física, mas comportamental e psicológica do eu, através da religião. Um jeito ditatorial, por meio do castigo, de subjugar as vontades do outro, instaurada numa perspectiva de punição.

Essa narratologia pode parecer um conto do passado, mas, na verdade, a história não poderia simplesmente se repetir? Se refletirmos sobre as diversas formas de dominação que permeiam as vivências contemporâneas, vemos que as tiranias de nossos dominadores permanecem em atividade.

Diante desses aspectos, podemos dizer que uma das características da religião é ditar os modos de ser, a partir da instância da subjetivação e da punição instaurados e enraizados por meio de estratégias de controle, que pregam atitudes, gostos e comportamentos mediante um discurso persuasivo, coercitivo e dominador, que aprisiona a autonomia e as vontades do eu, em um apoderamento consentido, num exercício de poder em liberdade.

Foucault (1995) comenta que, os sujeitos são fruto das relações de poder, dentre os quais ele destaca haver uma tentativa de objetivação do ser: 1) por meio do pensamento da aceitação; 2) através da segregação dos indivíduos e 3) na tentativa de apagamento da subjetividade.

Pensando na contemporaneidade, as tecnologias do eu celebram um novo tempo, uma nova possibilidade de experimentação de afirmação perante os demais sobre suas crenças e juízos. Evocando mudanças que são continuamente influenciadas pelo uso das mídias. Quantas vezes não nos deparamos com perfis de figuras de influência religiosas ou páginas institucionais de templos e igrejas nas redes sociais?

Pegemos como exemplo o *Instagram*, neste ambiente, não é difícil encontrarmos perfis do nicho adaptando suas celebrações ao ambiente virtual, a fim de proporcionar uma experiência de fé mediada, que se amplia e se molda às necessidades físicas e geográficas de seus seguidores. O que é possível captar a partir dessa analogia, é que o modo de dominação agora é outro. Pois há um crescente estímulo à captação de interações em ambientes virtuais, uma forma de conquistar e desbravar novos públicos, e fazer uma divulgação alicerçada na fé de quem pratica.

Assim, os dispositivos a partir da perspectiva foucaultiana podem ser entendidos como as ferramentas que estabelecem conexões comunicativas entre diversos elementos, favorecendo um viés pedagógico, ou seja, que diz respeito a mecanismos administrativos e institucionais que favorecem o exercício de poder dentro das estruturas sociais. Lipovetsky (2008) reflete sobre como os sujeitos estão imbuídos no espetáculo sustentado por um consumo e apelo emocional, onde o sentimento de satisfação e felicidade, por assim dizer, transcende o paradoxo entre as dores e os prazeres gerados pelos deveres e os desejos de ação dos sujeitos.

O simples “curta”, “comente” e “compartilhe” talvez possa ser interpretado como: “curta!”, “comente!”, “compartilhe!” - no modo imperativo - como representação de uma ordem. O estar presente através das redes sociais significa uma onipresença, tal como o Deus em que se acredita, que tudo vê, sabe, mas, especialmente, que precisa ser visto e enunciado pelos demais para ser exaltado.

Pensando nesse discurso midiático a partir das relações de poder, é possível afirmar que este se presentifica por meio de uma perspectiva enunciativa, que se tece no contexto social a partir de uma comunicação visual, sonora e interativa, a estimular ações, numa relação de troca.

Por “discurso”, podemos definir os componentes de qualquer natureza, que elucidam uma comunicação entre emissor e receptor. Fischer (2012) comenta que a produção e reprodução dessas ferramentas geram relações de poder, afinal, é através da comunicação - em suas múltiplas formas - que se apresentam os discursos, capazes de elencar pontos de influência, consumo e expressão.

Assim, os dispositivos que enunciam o discurso estão presentes desde as pregações convencionais, ganhando impulsionamento na transição entre as mídias tradicionais para as mídias digitais, onde há um grande bombardeio de imagens e um crescente apelo audiovisual na corrida por *likes*, compartilhamentos e um

engajamento cada vez mais eficiente, gerando repercussão e uma integração dinâmica aos rituais de fé.

As postagens presentes nas redes sociais, podem ser entendidas como mecanismos que ajudam a propagar ideais - não somente aqueles ligados à religião em si, mas também sobre comportamentos, reflexões, sentimentos e venerações na crença de quem pratica. Afinal, porque vemos uma postagem e nos identificamos com ela? Por que temos a sensação de que aquilo foi direcionado para nós? Justamente no momento exato em que se precisava de um conforto, uma resposta, uma reflexão ou uma prece? As necessidades são inúmeras, mas a função dos dispositivos permanece a mesma.

Compreender e nomear a sequência de fenômenos que auxiliam tais reverberações, requer especial atenção. Adentrar nas vivências midiaticizadas não é somente um trabalho de compreensão do impacto das mídias no contexto social, tão pouco, pensar seu uso diante das necessidades humanas, é essencialmente, compreender um longo processo histórico e fenomenológico que se desencadeou através de relações sociais, tecnológicas e interativas, que tem início nos primórdios de nossa história e têm-se procurado compreender até os dias de hoje, conforme veremos a seguir.

3.1 Mídiação

Entender os fenômenos contemporâneos e suas implicações no meio sociocultural, bem como suas afetações de maneira singular para cada sujeito, requer refazer e analisar criticamente um percurso. A mídiação é um processo no qual o mundo vem experimentando com muita intensidade nos últimos anos, através dos meios de comunicação de massa, na transmissão e recepção das mensagens e na comunicação como um todo, que torna o indivíduo parte integral da mídia (Sodré, 2002).

Este processo histórico de junção da mídia às rotinas, instituições e todos os signos que nomeamos, vem se instalando e aprimorando-se há anos, ganhando cada vez mais espaço em nossas vivências: graças às inovações tecnológicas, especialmente, com a internet nos últimos tempos, que proporcionou a experiência de um modo de vida imediato, em tempo real.

Entretanto, para compreender a historicidade desse fenômeno, é importante

nomear teorias-chave para sua estruturação: um deles, são os chamados Estudos Culturais, que se dedicaram a compreender uma gama de mudanças e acontecimentos socioculturais, históricos e comportamentais no tecido social nas décadas de 1950 e 1960, com base em teorias marxistas, feministas e pós-estruturalistas, a fim de proporcionar o diálogo interdisciplinar entre diversas áreas como sociologia, mídia, antropologia, economia, entre outras, como constituintes do sujeito e, conseqüentemente, do montante social, de um conhecimento produzidos para e com as massas.

Os estudos culturais têm por objetivo refletir sobre a cultura em sua prática cotidiana, através dos sujeitos e seu modo de ser e viver no mundo, suas crenças, costumes e atitudes, através daquilo que consomem e experienciam enquanto integrantes de um meio social, conforme apontou o sociólogo Stuart Hall (2015, 2016). Para ele, os eixos mídia, identidade e representação encontravam-se interligados através do viés sociocultural.

Na verdade, segundo Hall (2016), a cultura pode ser entendida como a representação de elementos que configuram práticas de significação, que constantemente podem ser reinterpretadas através de codificações e decodificações. No contexto midiático, ele apresenta três perspectivas as quais os espectadores interagem a partir de conteúdos veiculados, sendo eles: o código negociado, de oposição e de hegemonia. Assim, cada um desses códigos refere-se a ações de absorção, contrariedade ou aceitação ao que culturalmente é estabelecido, disseminado ou retratado por meio do discurso das mídias (França, 2001).

Tais condutas podem ser justificadas pela identidade e representação convocadas pela comunicação que criam e ressignificam estruturas de poder e, logo, possuem afetações culturais que reverberam nas vivências junto ao meio social. Dessa maneira, os estudos culturais se debruçam sobre a relação entre mídia e comunicação, bem como suas respectivas nuances no que tange aquilo que é produzido e consumido pelas massas, naquilo que ouvem, vestem, sentem, militam e praticam.

Em uma abordagem posterior, McLuhan (1964) apresentou a ideia de “Aldeia Global” nas mediações do território, na qual os meios de comunicação criaram uma grande bolha, ultrapassando as fronteiras físicas, materiais e geográficas de comunicação no espaço. Esta nova configuração constrói e recria simbologias na

política, ciência, religião e em qualquer esfera de envolvimento humano. Paralelamente, o conceito dos meios de comunicação como extensão da humanidade trouxe à tona um conceito de tecnicidade e inovação aliado a um novo modelo de vida, instaurado em uma nova perspectiva de conhecimento e relacionamento social nas instâncias de lazer, trabalho e ética, disposto a integrar vivências.

Assim, incrementa-se a visão de que as mídias integram uma nova conjuntura de experimentação temporal, rompendo com limitações do tempo e espaço, passando a ressignificar práticas e modos de vida, conseqüentemente, de subjetivações e relações em todas as esferas que tangem e integram as relações humanas e suas atividades, que manifestam mudanças e rupturas nos modos de expressão da cultura e dos seres sociais.

Dessa maneira, as narrativas de recepção, impacto e influência da mídia conversam de maneira a integrar teorias que concebem sob muitas perspectivas o fenômeno da junção e afetação dos meios de comunicação de massa nas sociedades humanas, conforme será apresentado adiante.

A partir da perspectiva semiótica, Verón (2014) apresenta a visão de que o processo de midiatização ultrapassa a mera junção aos meios de comunicação, ao passo que sua concepção está presente desde a pré-história, na comunicação estabelecida por nossos ancestrais através de símbolos e ferramentas que ajudam a contar o nosso legado no mundo.

As projeções humanas e todos os sucessivos progressos comunicacionais, técnicos e de aquisição norteiam este percurso, haja vista que todos os símbolos que criamos e decodificamos são capazes de gerar efeito comunicacional e influenciar em algum nível o meio que vivemos. Assim, o autor enfatiza que a midiatização afeta as relações sociais de maneira a incentivar a percepção da realidade a partir de uma série de informações que são geradas durante o processo.

Partindo desse ponto de vista, o imaginário surge a partir do sentimento empático relacionado ao pertencimento, que sob muitas prerrogativas exprime a subjetividade de identificação com um local, fazendo deste um ambiente de relação direta com os acontecimentos de sua vida e da contação de suas histórias (Moriconi, 2014). É nesse espaço de memória, aprendizado e construção de narrativas que é possível encontrar aproximações de si na partilha com o outro, como ocorre nas relações familiares, institucionais, nas amizades e também entre os membros de

uma mesma religião. Muitos podem ser os dispositivos que favorecem esse sentimento de pertença, considerando a diversidade dos símbolos e das comunicações que estabelecemos.

Nos últimos tempos, de forma recorrente, os meios de comunicação de massa têm se tornado utensílios que facilitam a compreensão e um alcance cada vez maior de informações, que repercutem na mediação e na recepção das mensagens. A partir da visão antropológica (Verón, 2014) concebe-se uma perspectiva de ruptura, onde tempo e espaço são superados por meio de fenômenos midiáticos. De tal forma, a midiatização pode ser compreendida como um fenômeno institucionalizado dentro de cada corpo social, onde:

Alguns de seus momentos já foram alvos de escrutínio histórico: a ascensão da escrita; a passagem dos rolos aos códices, ou seja, o nascimento do livro; a “revolução não reconhecida” da imprensa, na expressão feliz de Elizabeth Eisenstein; a proliferação de panfletos e a subsequente ascensão dos jornais; começando no meio do século XIX, novos dispositivos técnicos permitiram o surgimento, pela primeira vez, de fenômenos midiáticos consistindo na produção indicial de imagens e sons que enquadram e sequenciam o tempo, dispositivos que culminam, no século seguinte, com a invenção da televisão. (Verón, 2014, p.15)

No entanto, para o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard, a midiatização incide na sociedade de produção industrial, em meados do século XIX. A partir da compreensão de que os avanços tecnológicos corroboram para práticas comunicacionais, e estas produzem transformações no meio social, de maneira a exercer influência nas relações e percepções humanas, e sob todas as instituições que regem a sociedade.

Acredita-se a partir de então, em uma autonomia midiática, onde esta passa a assumir um protagonismo próprio a partir de sua lógica. Passando a ser um agente ativo nas relações humanas, de maneira a influenciar e dialogar com temáticas que convergem com as particularidades de cada indivíduo, adentrando ainda nas instituições que regem o meio social. Por um lado, cria-se a possibilidade de gerar protagonismos, onde a representação de culturas passam a ser mediadas, entretanto, é válido destacar que todo protagonismo é passível a antagonismos, que podem levar à exclusão, desigualdade ou invisibilidade de outros grupos, culturas e expressões.

Assim, Hjarvard (2014) destaca o papel de hegemonia que a mídia assumiu

junto às mais diversas esferas de comunicação, somando-se desde as rotinas pessoais e de trabalho, até aquelas ligadas ao interesse público como instituições políticas, educacionais e religiosas, criando uma articulação massiva, dinâmica e independente.

Desse modo, as instituições se encontram imbuídas neste processo de mediação que passa a integrar a lógica midiática a suas rotinas, a fim de proporcionar uma comunicação verificada, assertiva e acessível. As instituições têm no meio social a função de reunir um determinado grupo que possuem em comum características de aproximação sobre um determinado pensamento, prática, crença, ritual ou política

Foi assim desde as primeiras invenções tecnológicas, até as mais modernas, se tomarmos como exemplo os meios de comunicação como os jornais impressos, o rádio, a tv e, recentemente, a internet. Com o forte advento das redes sociais, é possível vislumbrar uma presença institucional que se tece em um estar sustentado pela visibilidade. O princípio do “ser visto para ser lembrado”, uma maneira de se fazer presente e ter alcance de público, engajamento e posicionamento através dos meios midiáticos, estabelecendo comunicações a partir de linguagens diversas. Um conceito amplamente defendido por Hjarvard (2014, p. 58), gira em torno da inserção templos e instituições religiosas, conforme aponta:

Finalmente, os meios de comunicação interativos criaram novas possibilidades para que os indivíduos se engajem em comunicação e práticas religiosas fora do campo de controle das igrejas. O resultado geral não é um novo tipo de religião como tal, mas sim uma nova condição social em que o poder de definir e praticar a religião mudou.

Apesar disso, na concepção de Andreas Hepp (2014) a mediação não se apresenta convergida apenas a instituições e setores de atividades, em sua teoria “socioconstrutivista” ele destaca o papel da “força de moldagem” que as mídias exercem em nosso dia a dia, ao passo que as práticas culturais, tradições e outras personificações terem se agregado aos meios comunicacionais clássicos e, nos últimos tempos, as tecnologias voltadas a internet e a comunicação móvel, criando uma relação permanente de realidade midiática, num contexto de vida através da mídia.

Desse modo, pensar a mediação significa olhar para um processo de repercussões culturais, que convocam modos de subjetivação, inter-relações de

cunho social, ético e político. De maneira a compor um quadro teórico onde a mídia não pode mais ser vista de maneira isolada das relações inerentes às necessidades humanas.

Gomes (2016, p.4) defende a importância de uma visão ampla do conceito, haja vista sua extensão e aplicação em diversos contextos e culturas, bem como suas afetações para cada sociedade, a considerar impactos e perspectivas no uso e inserção das mídias. Assim, ele define a midiatização como um vetor a explicar a realidade contemporânea: “um processo novo, através da proliferação das mídias sociais, potencializadas pela cultura digital”.

Desta feita, entende-se que a compreensão do fenômeno da midiatização é mutante e possui múltiplas facetas ainda serem exploradas, reforça-se que a simples utilização da palavra atrelada ao uso das mídias não comporta a magnitude conceitual e epistemológica do termo, que se ressignifica ao longo do tempo.

A vida através das mídias apresenta-se como uma realidade permanente, ao passo de integrar vivências e experiências mútuas e múltiplas, de forma a englobar e influenciar realidades sociais e de instituições. Conforme trataremos a seguir nesta discussão sobre a midiatização da religião, a partir das perspectivas acima apresentadas.

3.2 Midiatização da fé

Situando as discussões apresentadas anteriormente é válido frisar que instituições religiosas se encontram cada vez mais assíduas no meio digital, em especial, nas redes sociais. Barbero (1997, p.51) compreende este espaço como um lugar onde “o religioso e as crenças se recolocam no espaço da comunicação”, interagindo e integrando-se com os demais de seu nicho, proporcionando o alcance a um público alvo seletivo.

Mediante esses fatores, reitera-se que ter presença digital passou a representar existência e se tornou imprescindível neste processo. Essa midiatização dos costumes religiosos, evidencia o quanto a mídia exerce influência sobre as práticas individuais e coletivas, criando uma inter-relação de dependência em um cenário onde “as fantasias e práticas religiosas passam cada vez mais a depender dos meios de comunicação” (Hjarvard, 2014, p. 163).

A implementação de mídias impressas, sonoras e visuais durante celebrações

e ritos religiosos sempre fizeram parte do repertório das programações, garantindo maior acessibilidade e comunicação entre os fieis e a instituição-mor. Entretanto, com a evolução da tecnologia móvel, esta realidade se tornou cada vez mais dinâmica, e a precisão de informar ao público tornou-se recorrente.

A necessidade de adaptação gera a oportunidade de convergir novos adeptos, pois a partir do momento em que se insere um novo ambiente de práticas, instaura-se uma nova linguagem, uma inovação comunicacional capaz de influenciar pessoas afins. E para além disso, reter audiências e obter um alcance exponencial nas transmissões.

O uso de dispositivos móveis pelos administradores de instituições paroquiais nas celebrações já era uma realidade alternativa aos que não podiam acompanhar e participar fisicamente do culto, há muitos anos. No entanto, após o momento axial com a pandemia de Covid-19 e a crescente necessidade de distanciamento social, o cenário de interações mediadas por telas se intensificou, passando em diversos momentos a ser a única conexão entre os templos religiosos e os fiéis que buscavam devotar suas práticas de fé. Uma saída alternativa para reavaliar as práticas do passado, sem deixar de viver as culturas e expressões de fé do presente, a experiência de estar junto, mas em espaços separados.

Nesta nova conjuntura, é através das *lives*, curtidas, comentários, registros fotográficos e audiovisuais que sobrevive e resiste a fé, não somente em casa, mas qualquer outro espaço que se torna um templo, um lugar de confraternização e vivências compartilhadas. Por meio da experiência midiaticizada instaura-se a perspectiva de comunhão e unificação, preceitos amplamente difundidos no contexto religioso, haja vista o caráter devocional que gira em torno das práticas religiosas envolvendo o sentimento de coletividade, zelo e cuidado a partir da reunião de seus membros a fim de realizarem rituais (Martino, 2016).

Partindo da premissa que presença digital significa existir dentro de um espaço amplo, que supera as dimensões do tempo e espaço, a ponto de todos os negócios, empresas e instituições voltarem e reformularem seu olhar para a atenção midiática produzida através, das mídias e seus dispositivos multitelas, Hjarvard (2014, p. 54) destaca que essa assumiu um papel de protagonismo no dia a dia das vivências humanas, de forma que a sociedade se encontra permeada em um processo de “vida midiática”, e as instituições, por sua vez, também se encontram incluídas neste processo que reformula as práticas culturais.

E porque para a fé seria diferente? Instituições religiosas se moldam a modelos comunicacionais, nos últimos tempos digitais, e investem tempo e recursos a fim de proporcionar uma experiência de fé ampla e acessível para seu público.

Na era virtual, é importante ser notado para estar sendo sempre lembrado: imediatismo este, que foi bastante acentuado pela pandemia e a necessidade de distanciamento social, uma vez que, os fiéis não poderiam ir até os templos, eventos e confraternizações religiosas. As igrejas, mesmo aquelas que antes já vinham adaptando suas comunicações aos modelos digitais, por meio de transmissões, *lives* ou mantinham perfis em plataformas de interação social, tiveram de reconfigurar seus conteúdos a um novo modelo de comunicação a fim de realizar suas pregações e ritos, desta vez, a portas trancadas nas igrejas e janelas totalmente voltadas para a experiência e olhar digital, onde os eventos acontecem em potência, não necessitando exercer propriamente o ato (Levy, 2006).

Pensando o papel das mídias sociais digitais, podemos visualizar a potência que essas tecnologias amparadas no advento da internet exercem sobre as relações individuais e sociais, nas vivências que envolvem questões coletivas e particulares. Essas configurações formam um grande metaverso, atravessado por um mundo de filtros, que permitem uma ilusão ótica e uma experiência de contato e aproximação a respeito daquilo que se apresenta na rede social, criando discursos e novas comunidades dentro de “realidades paralelas” que validam práticas que antes não poderiam ser imaginadas de forma diferente, fora de seu ecossistema tradicional.

Mais uma vez, é possível problematizar a presença de instituições religiosas neste enredo: Sbardelotto (2016) utiliza a metáfora bíblica de “E o verbo se fez carne”, presente nas parábolas bíblicas, para “E o verbo se fez rede” nomeando sua obra, para abordar a transição e o atravessamento das palavras e pregações em ambientes midiáticos. Considerando a expansão de nichos religiosos na comunicação massiva, rompendo fronteiras geográficas e proporcionando um processo de pregação assíduo em ambientes que extrapolam os templos e os “locais sagrados”. A partir desses fenômenos, tem-se uma integração, uma unidade e um novo jeito de relacionar e aproximar-se daquilo que é divino. Palavras, pregações e preceitos que são ressignificados e reinterpretados a fim de nomear uma presença carismática com o público.

Viabilizando, em última instância, formas plurais de conexão entre as redes do mundo físico e do virtual. Segundo o autor, essa ubiquidade favorece interações e

trocas de convívios e experiências simultâneas, ainda que acompanhadas e vivenciadas de formas distintas por cada indivíduo.

Bourdieu (2007) apresenta o campo religioso como um capital simbólico, onde as trocas se tecem a partir da legitimação, da autoridade e reconhecimento de quem pratica, tais ações geram afetações simbólicas nas relações grupais dos fiéis, em seu polo econômico e cultural, pois é a partir da inserção nos costumes religioso, que se criam novos símbolos sagrados a devotar veneração.

Se por um lado há uma interação que se tece em um estar simultâneo, que possibilita pessoas de diversos lugares partilharem, engajarem e terem a oportunidade suprir sua ausência física, experienciando sua prática, há também uma maior liberdade de serem juízes daquilo que acreditam e de consumir, se informar e sentirem-se representados.

Por outro lado, é válido questionar o bombardeio de auxílios cognitivos, que preenchem a atenção dos usuários, utilizando e produzindo uma linguagem de interação nesses meios, resultando em uma ampla exposição a um volume de dados e conteúdos audiovisuais. Essa tangente, pode gerar dispersão ou mesmo interferir na prática dos ritos de fé, cabível ao questionamento de: - Até onde vai a efetividade das ações virtuais?

Em 2017, o próprio pontífice da Igreja Católica, Papa Francisco⁸, alertava para a displicência com o uso de celulares em ambientes religiosos durante as celebrações. Todavia, é possível apontar o mesmo “perigo” diante das transmissões acompanhadas pelos ambientes digitais, tendo em vista o processo, circulação, produção e reprodução de diversos conteúdos de forma simultânea, disputando a atenção dos usuários, além dos inúmeros botões, elementos e ações instantâneas presentes na lógica algorítmica das redes.

Assim, é possível levantar o seguinte questionamento: o que acontece com quem está fora desse ambiente midiático? É inerente a existência de um processo de exclusão digital, que deixa à margem pessoas que, por alguma razão, não ocupam o espaço virtual. Sendo assim, essa segregação também configura uma relação de poder, uma vez que, subjuga e impõe uma necessidade crescente a instituições e, especialmente aos devotos, de se fazerem presentes nesses

⁸ G1. **Papa critica uso de celular entre fiéis e religiosos durante as missas.** Disponível em [:https://g1.globo.com/mundo/noticia/papa-critica-uso-de-celular-entre-fieis-e-religiosos-durante-as-missas.ghtml](https://g1.globo.com/mundo/noticia/papa-critica-uso-de-celular-entre-fieis-e-religiosos-durante-as-missas.ghtml). Acesso em 22 de dez 2023.

ambientes, a fim de perpetuar, reafirmar vínculos de testemunho a suas crenças, bem como acompanhar as inovações e os novos modos de celebrar a fé.

Com adendo, é necessário frisar o momento axial que acelerou a emergente necessidade de sobrevivência do discurso de fé a se reinventar e voltar os olhares para a plataformização das atividades: a pandemia de Covid-19. Consagrando o modo de vida “*on*”, em 2020, a partir do distanciamento social, que permitiu a validação da capacidade de estar próximo, ainda que em espaços distintos. Fazendo refletir sobre a multiplicidade comunicacional que se cria a partir de convívios, relações grupais e singulares que se desdobram através da onipresença, a medida que é possível estar em diversos ambientes simultaneamente, portando apenas um único dispositivo - utilizado em caráter imprescindível na vida de muitos sujeitos.

Diante das questões apresentadas pela temática, é nítido que a religião é um elemento que manifesta fundamental importância na vida e no comportamento das pessoas. Neste cenário, “a midiatização da religião redefine o que os sociólogos e especialistas chamam, de novas estratégias organizadoras e reguladoras da experiência religiosa, no Brasil” (Fausto Neto, 2001, p. 5). De tal modo, na rede social, esses devotos podem experimentar novas perspectivas na manifestação de sua crença. Criando novas relações de devoções e pertencimentos simbólicos a agregar a valores e acolhimentos. Instaurando-se uma visão de espetacularização da fé e a hibridização de sua prática.

Todavia, é importante lembrar que, há muitas décadas - séculos até - líderes religiosos já eram astutos ao usar os meios comunicacionais nas pregações para disseminar um discurso de crença (como não lembrar o “Show da fé”, a TV Aparecida, o Programa de Rádio “Experiência de Deus” e tantos outros portais que surgiram em meio ao televangelismo da década de 1990 e nos anos 2000?). Mas pode-se destacar aqui, que nos últimos anos, os ambientes informacionais digitais, com a inclusão das novas mídias sociais, assumiram o protagonismo frente às mensagens mediadas.

Em síntese, podemos perceber que o processo de midiatização contribui para uma dimensão ubíqua da comunicação, onde as relações simbólicas se entrelaçam às demonstrações de relação com o sagrado e perpassam o elo entre a tradição, a inovação e os tensionamentos entre a soberania ou a autonomia do outro.

3.3 O mundo dos filtros nas romarias midiaticizadas

Os filtros são dispositivos característicos das redes sociais. Uma maneira de assegurar uma realidade paralela de imagens que atendam aos desejos dos eu. Conforme discutimos, a partir da perspectiva de Bourdieu, o campo simbólico exerce desejos que asseguram o consumo no enlace econômico e cultural dentro do âmbito social. Assim, a possibilidade de onipresença através das redes, fornecem o alcance a uma realidade construída, que convoca a participação de um nicho, afinal, o que seria do engajamento sem a participação dos espectadores?

As romarias midiaticizadas caracterizam-se pela inserção crescente de dispositivos eletrônicos, tecnológicos, especialmente, aparelhos móveis, como celulares, que permitem a captação de imagens e sons instantaneamente, podendo ser reproduzidos e divulgados dentro das redes sociais. Para além disso, a instituição compete a realização de transmissões em tempo real, que possibilitam ao público que está distante acompanhar tais celebrações. A fé se modula através do capital, por meio de um consumo que perpassa o viés econômico, onde o tempo é o principal recurso a ser investido. Uma nova ordem para a criação de produtos adjacentes da indústria cultural.

Ainda nessa perspectiva, cabe citar algumas ideias sintetizadas por Michael Löwy⁹, sobre essa vertente do capitalismo, tão enraizada e devocional, tal como uma religião. Ele demonstra uma compreensão da lógica capitalista como um culto, uma dimensão de adoração que se assemelha a uma solenidade ou um louvor a uma divindade que pode ter muitos nomes, mas é uma só: aqui, conhecemos por dinheiro, capital ou o "Deus da riqueza".

A esse "Deus" se deve uma celebração festiva diária, como sinal de reafirmação e garantia de uma vida benevolente, que goza das graças de estar entre os "escolhidos", ou seja, que detém poder (de consumo) - seja aquisitivo ou de outras formas, para atender as demandas do mercado. Consequentemente, esse relacionamento precisa se amparar em algum sentimento, que, neste caso, é a culpa o elo forte, pois a partir do momento que não é possível punir a "Deus" ou muito menos ousar questioná-lo, a única pessoa passível de culpa é o próprio eu.

⁹ As colocações foram feitas baseadas na leitura e interpretação do texto "O capitalismo como religião", disponível no Blog da Boitempo: <https://blogdaboitempo.com.br/2013/08/08/o-capitalismo-como-religiao/>. Acesso em 01 de jul 2024.

Assim, percebemos que a relação entre o capitalismo e a religião não se apresenta em dois extremos, mas que ambos estão interligados e, dentro do ambiente virtual, novas necessidades de consumo são pautadas. Demandas que são projetadas pela necessidade de se fazer presente, reforçadas pelo discurso enunciativo das doutrinas religiosas, através do devotar-se à sua prática.

Parafraseando o pensamento de Guattari, Mansano (2009) afirma que, os valores, os sentidos e as ideias, são o combustível para a expressão dos afetos que acontecem corriqueiramente no cotidiano dos indivíduos. Ponderando isso, a imposição vendida com um visual de convite atrativo para o sequenciamento de padrões, resulta em afetações utópicas, uma vez que os nichos midiáticos estão convergidos e direcionados a um local específico, as redes de interação social permitem trocas, comunicação e informação, em um ambiente livre para manifestar opiniões, sugestões e desejos fabricados de acordo com as ideologias sustentadas.

Na fé midiaticizada ocorre da mesma forma. A torrente de imagens veiculadas, os recursos audiovisuais nas celebrações, o incentivo à participação do público para interações com as postagens e, até mesmo os *storys* e menções, marcações e registros que citam o perfil, fazem reverberar a doutrina dos filtros, que não se restringe apenas a sua função denotativa na rede, se tornando o filtro da crença, da participação e do fazer-se presente.

Mas afinal, diante de um mundo de filtros, é possível enxergar além e romper com essa visualidade? Podemos pensar em duas opções para responder a indagação: a) filtrar a realidade ou b) ser filtrada por ela.

Perante as discussões apresentadas pela temática, se torna nítido que os meios de comunicação elucidam também formas de dominação e se tornaram dispositivos de suma importância nas sociedades modernas, se consagrando ao longo do tempo como parte essencial das vivências e tecnologias do eu. Com o advento dos meios de massa que ganharam força a partir do século XX.

Hoje, é impossível negar que somos amplamente atravessados pelo uso de tecnologias, especialmente, com as redes sociais *on-line*, que favorecem trocas instantâneas e conexões em tempo real com o mundo, superando os horizontes físicos e geográficos. Dessa maneira, tem-se um campo fértil para estudar o impacto que estas mídias, especialmente as móveis, por meio de *smartphones*, causam em nosso dia a dia, em nossas relações sociais, morais, culturais e, espirituais, diante de tudo que estamos assujeitados. Uma vez que há um constante apelo e

necessidade de uso desses aparelhos, ao qual a escrita deste ensaio seria incapaz de esgotar.

O perfil da Basílica Santuário, é um entre inúmeros que apresenta atividade de interação com o seu público, por meio de postagens diárias e interações de registros feitos pelos fiéis, que ajudam a alicerçar a fé presente nesses ambientes e evocam a participação dos demais, assegurando a existência e a visibilidade da conta, proporcionando engajamento em forma de uma fé mediada por dispositivos midiáticos.

Entretanto, é importante destacar que o perfil constantemente apresenta mudanças na comunicação visual, a partir de *layouts*, cores e postagens interativas com a participação e depoimentos dos romeiros. O que evidencia a adaptação à rápida capacidade de mudança do algoritmo justificada por/para novas demandas que possam surgir em meio a mediação da fé.

Por fim, cabe frisar que as narrativas apresentadas diante da rede social da Basílica Santuário, seguem a permear o imaginário na cultura e nas expressões de crença que chegam e ocupam de maneira representativa ambientes digitais, como em uma espécie de “santuário virtual” por meio de aplicações que reterritorializam as práticas sagradas, extrapolando as dimensões do “aqui e agora”. De modo que, a presença da instituição religiosa no *Instagram* cria um meio de onipresença e materializa uma significativa mudança nas relações de devoção com seus seguidores. Construindo novos horizontes de mediação de sentido ao legado que surge em meio às redes midiáticas.

4 METODOLOGIA

Nesta seção serão abordados os procedimentos metodológicos que caracterizam e compõem a pesquisa. Compreendendo que este estudo parte de uma perspectiva qualitativa, buscou-se caracterizar de maneira mais detalhada o objeto de pesquisa, justificando a escolha da abordagem por meio da netnografia para a coleta de dados.

A partir disso, são apresentados os conceitos de romaria em sua prática tradicional, associando-a a adaptação favorecida pelo ao fenômeno da midiatização, considerando ainda os critérios de inclusão e exclusão que foram selecionados para compor a pesquisa.

A investigação utilizou 200 publicações para a análise, que foram coletadas no *feed* do perfil no período da romaria de Nossa Senhoras das Dores. Conforme apresentado no quadro abaixo:

Conteúdos	Quantidade
Fotos únicas	31
<i>Reels</i>	96
Carrosseis	73

Fonte: autoral.

4.1 Caracterização do objeto

As romaria, sob muitas perspectivas, podem ser definidas como a migração de um povo a um local:

[...] um caminhar, muitas vezes penoso, doloroso até, em condições voluntariamente precárias, por isso demorado, mas cheio de encantos – imersão numa natureza selvagem e encontros lúdicos no caminho – até a concretização da apresentação e presença do peregrino a um “Santo”. (Sanchis, 2006, p. 86)

Essa tradição que nasceu na Alta Idade Média e até os dias de hoje é uma prática frequente em diversas partes do mundo. Em Juazeiro do Norte, há um pico de peregrinações em cinco grandes romarias: a de morte do Padre Cícero - que abre o ciclo a cada ano - Finados, Candeias, aniversário do Padre Cícero e festa da Mãe das Dores. Usaremos esta última para a coleta de dados. A romaria de Nossa Senhora das Dores acontece do último dia do mês de agosto e vai até o fim da primeira quinzena do mês de setembro, todos os anos. As celebrações em torno dessas festividades passam pelo *Instagram* @maedasdorejuazeiro que se torna uma espécie de relicário dessas memórias de fé que conecta fiéis instantaneamente, independente da distância física, podendo assim interagir e partilhar das mesmas experiências de quem está presente no local.

Justifica-se a escolha desse recorte mediante a magnitude do festejo, que é uma das maiores romarias do ano e conta com diversas manifestações durante a programação, tal como a “bênção dos chapéus” e a “procissão dos carros”, onde os

romeiros ofertam doces em louvor a festividade e agradecimento pela hospitalidade do povo juazeirense. Para tanto, a pesquisa também conta com a observação participante, a fim de obter registros e investigar de maneira mais intimista o objeto de pesquisa estudado.

Por essa razão, tornou-se critério de inclusão as publicações presentes no *feed* do perfil, uma vez que é possível aferir e registrar o alcance e o engajamento da publicação através das curtidas e comentários. Essas postagens incluem fotos do dia a dia das romarias, a programação das missas, festivais culturais, pequenas reportagens, a palavra do dia a partir do quadro “reflexão do dia”, história de fé e caridade do Padre Cícero, além de depoimentos e registros dos romeiros que chegam a casa da Mãe das Dores.

Dessa forma, conteúdos presentes em outras mídias, que envolvem transmissões ao vivo das missas e *stories* não serão utilizados nas análises, tendo em vista não ser possível aferir com precisão o número de interações, os compartilhamentos e todos os comentários gerados simultaneamente, levando em consideração também que essas transmissões não permanecem no perfil e somem logo após o encerramento da *live*.

Ademais, as publicações no *feed* demandam um extenso material para as considerações buscadas, propondo uma ampla amostragem sobre o problema de pesquisa em questão, mostrando-se satisfatória para a análise do fenômeno.

4.2 Caracterização da pesquisa

Tendo a midiatização da fé nas romarias de Juazeiro do Norte como objeto de estudo, a investigação estrutura-se a partir da realização de uma netnografia no perfil @maedasdoreljuazeiro no *Instagram*. Tomando em conta aspectos como a imersão no ambiente, a partir das impressões e observações coletadas, por meio da interação com os conteúdos engajados pelos usuários, da observação participante e da análise da métrica dos dados, é possível aferir informações sobre as relações que perpassam a devoção da fé em ambientes digitais.

Por isso, compreende-se que a abordagem netnográfica pode contribuir a partir da aproximação e descrição mais detalhada no aprofundamento do fenômeno estudado, uma vez que a netnografia se caracteriza pelo estudo em culturas de comportamento e ações em ambientes virtuais, incluindo as redes sociais digitais.

Associando essas interpretações a observação participante no local, associa-se a junção do modelo de etnografia tradicional aplicada ao ambiente virtual. Amaral, Natal e Viana (2008) explicam a relação entre a etnografia e a netnografia: enquanto a primeira nasce no campo antropológico, que mergulha na inserção do pesquisador em um ambiente social, físico, concreto, a fim de descrever observações e experiência sobre o fenômeno estudado. A outra se instaura no ambiente *On-line*, especialmente pelas tecnologias mediadas pelas mídias digitais. Sendo assim, a abordagem netnográfica passou a ser explorada ainda nos anos de 1980, e é considerada uma ferramenta em ascensão:

Não só a disponibilidade de informações a respeito de objetos de pesquisa na internet é fator determinante para o emergir de uma metodologia de pesquisas on-line, mas também a localização dos objetos no ciberespaço, além do posicionamento da internet como próprio objeto de estudo em sua intrínseca relação com diversas culturas (Amaral; Natal; Viana, 2008, p.36).

Dessa forma, a análise qualitativa, também faz parte da utilização netnográfica, uma vez que destaca uma análise aprofundada do fenômeno estudado, a inserção no espaço, uma coleta de dados fincada em análises e observações coletadas, utilizando estratégias narrativas e descritivas por meio da dedução de fenômenos.

Minayo (2018) descreve a abordagem qualitativa como uma investigação de caráter social, pois está intimamente relacionada à observação de fenômenos que envolvem o interesse coletivo. Ela destaca, ainda, a flexibilidade dessa abordagem, que permite diversas interpretações no processo de coleta e análise dos dados. Isso ocorre porque, ao lidar com dados abertos, é impossível evitar a influência de questões subjetivas, que são intrínsecas à experiência humana e ao contexto investigado.

O tratamento através da perspectiva qualitativa por meio da investigação em redes sociais requer a aplicação de técnicas com enfoque na análise da representação da rede, seu funcionamento e o comportamento dos usuários, levando em conta valores éticos e de privacidade. Considerando que:

Redes sociais podem surgir em torno de objetivos diversos: políticos, econômicos, culturais, informacionais, entre outros. Redes de origem cultural, por exemplo, tendem a ser mais coesas que redes de origem

econômica, as quais podem envolver grandes distâncias geográficas (Souza; Quandt, 2008, p.32).

Considerando essa pluralidade, leva-se em consideração a ampla complexidade dos fenômenos que perpassam a comunicação em redes sociais, a fim de investigar cuidadosamente as relações estabelecidas. Recuero (2016) comenta que essa etnografia virtual envolve objetos que se relacionam culturalmente diante de uma estrutura de comportamento. Assim, esses estudos se estruturam a partir de informações que refletem as práticas culturais.

O estudo acerca do comportamento dos fieis romeiros que incorporam a experiência digital da fé, através da mediação por meio das redes sociais, convoca análises passíveis de investigações. Por meio desses instrumentos é possível aferir um entendimento mais profundo de como a religião e as práticas devocionais estão sendo transformadas pela midiatização digital.

O perfil "Mãe das Dores Juazeiro" pode ser visto como um exemplo de como a tecnologia pode ser usada para fortalecer, expandir e modernizar a experiência de fé, adaptando-a ao contexto digital enquanto preserva elementos essenciais da tradição religiosa. Sendo assim, essa análise poderá proporcionar uma visão detalhada do fenômeno da midiatização da fé nas romarias de Juazeiro do Norte, refletindo a complexa relação entre religião, mídia digital e identidade comunitária.

4.3 Instrumento para a coleta e análise dos dados

Diante da realização da busca por meio da análise netnográfica no perfil @maedasdorejuazeiro cria-se a necessidade de adentrar no ambiente virtual a partir da imersão na página, a fim de que se possa identificar padrões nas postagens, a partir de temas recorrentes, como a devoção, os milagres, as peregrinações e os relatos expressos neste recinto, bem como o uso de imagens simbólicas, da representação de Padre Cícero, da Mãe das Dores e demais signos religiosos que contam e fortalecem as narrativas de fé em Juazeiro do Norte.

A investigação no *Instagram* deve ocorrer a partir das postagens veiculadas durante o período da romaria da padroeira da cidade: Nossa Senhora das Dores. As investigações focam em publicações dedicadas à programação e ao dia a dia da romaria, bem como os registros de fé que frequentemente são repostados pelo perfil

a partir dos arquivos dos romeiros e das caravanas que visitam a cidade.

Para tanto, os dados foram registrados por meio de capturas de tela (*prints*) e de anotações feitas em um diário de bordo, com o objetivo de estruturar e organizar as observações coletadas e para que se pudesse ter um registro visual pessoal presente a fim de compor o corpus de pesquisa. O material foi registrado após a conclusão do cortejo, considerando o tempo de engajamento e a entrega das postagens, buscando garantir que as capturas de tela retratassem o engajamento máximo possível para compor a pesquisa.

Para a organização do material, foi realizada a triagem dos dados. Como aponta Bardin (2011), a divisão em categorias nas pesquisas qualitativas facilita a estruturação das análises, proporcionando maior clareza, pois a triagem dos dados contribui para um detalhamento mais preciso na confirmação ou refutação dos resultados esperados. Dessa forma, a análise interacional desta pesquisa foi estruturada a partir de temas e categorias, como: devoções expressas, partilha de experiências, fluxo de postagens e a experiência da fé durante a romaria.

São levados em consideração ainda, os conteúdos veiculados no *feed* que apresentam interações de curtidas, comentários, mensagens de fé e devoção. Observações que exprimem como os seguidores interagem com os conteúdos veiculados pelo perfil institucional. A partir de conteúdos em vídeo, analisa-se a narrativa visual, as músicas e os simbolismos utilizados, considerando como isso contribui para a construção de uma identidade religiosa no ambiente digital.

Em relação à análise teórica sobre a midiatização da fé, são utilizados os estudos de Hepp (2014), Hjarvard (2014), Martino (2016), Sbardelotto (2016), Braga (2017) e Ferreira (2018, 2020), entre outros pesquisadores, para embasar as discussões. A análise considera como as redes sociais possibilitam uma nova forma de comunidade, na qual as pessoas, mesmo de longe, se conectam por meio da partilha de valores e crenças. Além disso, aborda a relação entre fé e novas tecnologias, explorando como a tecnologia facilita uma vivência religiosa mais interconectada, incluindo a experiência das romarias virtuais.

Dessa maneira o perfil "Mãe das Dores Juazeiro" pôde ser estudado e tratado como um exemplo de como a tecnologia pode ser usada para fortalecer, expandir e modernizar a experiência de fé, adaptando-a ao contexto digital enquanto preserva elementos essenciais da tradição religiosa.

5 ANÁLISES E RESULTADOS

Considerando o percurso metodológico descrito anteriormente, as análises a seguir estão organizadas em subseções, nomeadas a partir de categorias a fim de explorar com maior riqueza de detalhes os resultados e análises aferidos.

Dessa forma, o primeiro tópico abrange um panorama sobre a cultura das romarias e das peregrinações. A segunda categoria trata da construção do perfil institucional através das estratégias e experiências geradas pelo *Marketing*. Em seguida, são tratadas as relações que demonstram um relacionamento com o perfil, através da experiência de partilha. Depois, como a fé se manifesta nesse ambiente e quais elementos reforçam o discurso catequizador. Por fim, são discutidas as pedagogias que as imagens convocam.

Ao todo, foram analisadas 200 publicações entre fotos e vídeos que compõem o *feed* do perfil, esses registros tornaram-se subsídio para investigações mais aprofundadas no campo entre a mídia, a religião e as tecnologias que atravessam o cotidiano e a vivência da cultura, conforme detalhado nos tópicos a seguir.

5.1 Romarias: a transformação da experiência religiosa em conteúdo midiático

Historicamente, a cultura das romarias está associada a um caráter espiritual, a expectativa de chegada a um local sagrado a fim de proferir louvores, agradecimentos e preces, envolvendo um ritual sagrado. É comum ouvirmos que elas são um tipo de peregrinação existente em diversas partes do mundo, entretanto Sanchis (2006) explica haver uma diferença entre ambos os termos.

A romaria é uma prática coletiva da fé que se dedica a realizar feitos de devoção, agradecimento ou pedidos por onde rumam. Ela nasce no cotidiano profano da sociedade, a partir da junção de pessoas que formam um grupo e seguem a um determinado local. A experiência do romeiro está ligada à quebra da rotina, da vivência da cultura do espaço que se busca chegar. Assim, as manifestações culturais por meio da comida, dos cânticos ou dos costumes, por exemplo, são apropriados e incorporados por um determinado período, até que se finde essa vivência local, haja o retorno para o ponto de origem e crie-se a expectativa para o próximo festejo.

Já as peregrinações se constituem de forma institucionalizada pela igreja, onde atua-se no foco da sabedoria e maturidade individual, no contato intimista e subjetivo com o sagrado, manifestada pela vivência do sacrifício e do esforço que nem sempre se associa a chegada de um festejo dedicado a um santo, mas sim a trilhar um caminho focado na prática da devoção e da espiritualidade.

Tomando por base essas considerações, neste trabalho, os dois termos são utilizados como sinônimos, por possuírem similaridade, tendo em vista que as romarias que acontecem em Juazeiro do Norte são eventos que ocorrem continuamente durante todo o ano, com pico em algumas épocas que atraem devotos de diversas partes do país. Essas manifestações mesclam o enlace dos peregrinos e romeiros que chegam a cidade e estampam as ruas, os recantos e o perfil da Basílica Santuário da padroeira de Juazeiro do Norte.

A vivência coletiva dos carros de romaria, adornados por andores, enfeites, trazendo a frente as imagens de Padre Cícero e outros santos que entornam a festividade na cidade de Juazeiro do Norte se mostram elementos que remetem ao senso de união, de uma ida guiada pela devoção e esperança a fim de que se chegue a um local considerado sagrado. Caravanas que viajam dias adentro, que celebram e vivem a cultura juazeirense nos dias de festejo: no consumo alimentício, nos lazeres, nas manifestações populares e na fé, apresentados através do uso das vestes pretas, dos chapéus de palha, dos terços e as garrafas nas mãos; nas orações, nos cânticos, na reverência a imagem de Padre Cícero nos espaços públicos - ainda não adornada nos altares - e até mesmo a repetição de seus ensinamentos, acabam se tornando símbolos de identificação entre os romeiros que, após o fim do cortejo, retornam aos seus lugares de partida na expectativa do retorno na próxima romaria.

Figura 9- Caravana de romeiros chegando a Juazeiro do Norte



Fonte: autoral

Além disso, a experiência individual da fé que é expressada através das peregrinações também se manifesta no espaço de devoção, tendo em vista o relato que os peregrinos demonstrados através de suas preces e agradecimentos individuais e do resgate das histórias e idas ao Juazeiro do Padim. O acesso a essas memórias por meio dos antepassados, parentes, amigos e, recentemente, pelas redes sociais podem contribuir com experiência individual, configurando um rito de peregrinação. Além disso, as histórias e os motivos singulares de cada devoto, expressam a prática e o sentimento de pertencimento de maneira intimista na aproximação do rito religioso.

A penitência, os sentimentos e os sacrifícios individuais envoltos em meio às promessas dos peregrinos demonstram como as romarias são um fenômeno coletivo e, ao mesmo tempo, individual e intimista para cada pessoa na relação com o sagrado. O “estar diante de” pode ter muitos significados: - em cada uma das minhas

idas às romarias no período de graduação e enquanto pesquisadora, frequentemente me deparei com peregrinos que tinham demonstrações de fé distintas demonstradas através de seus gestos e expressões: o choro, o riso, o semblante de alívio ou angústia; a felicidade ou alento resplandeciam sentimentos particulares, entre preces e louvores.

Esses peregrinos tinham em comum a crença no Padim Ciço e a devoção a Nossa Senhora das Dores, subentendido implicitamente a partir dos elementos de seu vestuário e acessórios: na estampa em suas camisas ou pelo escapulário em torno do pescoço. O sacrifício, a crença e a devoção faziam parte de suas histórias de vida e de seus entes que vivenciaram a herança dessa tradição que permanece acesa, resistente e adaptada à medida que necessita. De renovação em renovação, de romaria em romaria, a cada visita aos lugares sagrados revela-se a essência de uma cultura que nasce nas narrativas e se sustenta a partir da difusão delas.

Essa vivência dos romeiros frequentemente é retratada na grande mídia. Neste presente ano, o Programa de TV Globo Repórter¹⁰, exibido em 22 de março de 2024, em canal aberto, retratou essa prática como uma migração histórica, onde os romeiros fazem trajetos a pé, descalços, chegam de joelhos as igrejas, cantam hinos, louvores e professam seu discurso de fé.

Considerando a repercussão de um programa televisivo de grande audiência, o Globo Repórter é um dos mais antigos de nosso país, com exibição semanal onde são abordados temas diversos, como saúde, lazer, ciência e cultura. Desta feita, sua programação ajusta o foco a transcrever travessias em lugares diversos a fim de proporcionar uma imersão cultural e informacional de acordo com o assunto que busca ser abordado.

Essa transmissão permite adentrar intimamente o ambiente apresentado, buscando retratar de maneira próxima a realidade que se vive naquele espaço e sua relação com o meio sociocultural. A partir dessa reportagem apresenta-se o Cariri cearense em um panorama que envolve a fauna, a flora, as tradições e a religiosidade popular, tendo nesta última um recorte específico nas romarias,

¹⁰**GLOBO REPÓRTER.** *Globo Repórter*. Exibição: 22 mai. 2024. Disponível em: GloboPlay. Acesso em: 26 mai. 2024.

ressaltando as peregrinações na localidade e despontando Juazeiro do Norte como um relicário de culturas e manifestações populares.

Os objetos ofertados diante dos altares, nos templos e aos pés das imagens parecem retratar a concretização/materialização do fim da primeira etapa: o percurso, caracterizado pela penitência, em seguida, a segunda etapa: os louvores e preces, representados pelas orações e pelos artefatos que enfeitam os altares e servem de lembrança e identificação, por fim, a terceira etapa: O agradecimento, seguindo os ensinamentos do Padim, conforme pregava que “A gratidão é uma virtude do céu”, que se traduz ao sentimento de felicidade, por exemplo, daqueles que ofertam doces como sinal de reconhecimento pela acolhida na festa de Nossa Senhora das Dores e anseiam a chegada da próxima peregrinação.

Algo que também está presente nos veículos de comunicação local que trazem à tona o resgate dessas narrativas e travessias. Especialmente no período de pico das festividades, é frequente a presença de pautas e reportagens que envolvem o ambiente do cortejo e os relatos de peregrinos que chegam a Juazeiro do Norte em paus-de-arara, ônibus, carros, carroças ou no trajeto solitário, como andarilhos. Existências e resistências que dividem o elo entre peregrinos e romeiros que têm em comum a esperança da chegada ao Juazeiro do Padim.

Figura 10- Romeiros visitam e oram diante do túmulo de Pe. Cícero



Fonte: autoral

Figura 11- Roupas e objetos depositados no túmulo do Padim



Fonte: autoral

Figuras 12 e 13- Romeiros fazem saudação à imagem de Pe. Cícero e visitam o altar da Capela do Socorro - local onde o sacerdote está sepultado.



Fonte: autoral

5.2 A construção da identidade no ambiente virtual e o *marketing* religioso

O conceito de *marketing* remete a muitas ações, a mais comum delas talvez esteja associada a suposição de que o termo se refere apenas a compra ou consumo de um bem ou produto do setor capitalista. No entanto, Kotler (2007) explica que esta relação possui aplicabilidades mais profundas, uma vez que impacta diretamente nas relações sociais, mostrando-se em todas as manifestações que envolvem troca.

A partir desse entendimento, o *marketing* pode ser pensado em diversas instâncias no diálogo com a mediação de costumes e culturas dentro do meio social e também das organizações. Nesse sentido, as práticas religiosas incrementam essa ferramenta ao seu nicho ao passo que fundem produtos e modos de consumo a celebração de seus ritos. Carvalho et al (2015) observa que a atividade do *marketing* religioso se edifica pela familiaridade estabelecida, onde a igreja enquanto instituição, oferece a religião como um produto aos seus consumidores, que são os fiéis. Conforme explica:

Analogicamente, observamos que a frequência do cliente à empresa, tal qual a de um cristão à sua igreja, constrói uma intimidade e a máxima “diga com quem andas e direi quem és” se evidencia e sugere a personalidade daquele cliente ou cristão. No entanto, promove uma participação ativa devida as influências geradas, estimulando uma fidelização à marca através da familiaridade. Ser íntimo é conseguir entender o outro, ou seja, o objetivo de qualquer empresa será criar intimidade com seu cliente para que, promovendo a satisfação, ele se fidelize. (Carvalho et al, 2015, p.2)

Nestes termos, a proximidade entre a instituição com seus espectadores demanda intrinsecamente uma relação de pertencimento e identidade. Desde a última década, esse conceito vem ganhando novas simbologias, ao adentrarmos no ciberespaço, na era da ultraconectada, onde as ações acontecem de forma simultânea e instantaneamente.

Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021) nomeiam essa relação com a tecnologia em detrimento do favorecimento às necessidades humanas de “*Marketing 5.0*” conforme denominam em seu livro. Concebendo a atividade de *marketing* como um recurso que pode facilitar as atividades humanas, simplificando sua execução ou

simplesmente sugerindo ações diante de uma lógica sustentada por uma base de dados.

Podemos ver as aplicações das problematizações discutidas acima no perfil estudado por este trabalho. A conta da Mãe das Dores no *Instagram* demanda relações de preferência, planejamento e conectividade com o público que acompanha as manifestações de devoção, favorecendo assim o contato, a proximidade e a intimidade entre os devotos e o seu local de fé.

Primeiramente, nota-se a presença de uma identidade visual, característica a cada ciclo de romaria, essa informação é visível à medida que o *feed* é rolando e observa-se novos padrões e cores nas publicações, os *posts* culturais no período deste estudo, utilizam com frequência a cor azul, que é possível fazer a associação que remeta ao manto da imagem de Nossa Senhora das Dores.

Além disso, dispositivos de ação e orientação também são observados durante as interações, todas postagens relacionadas possuem legenda e a cada dia tem-se a reflexão do evangelho através de uma sonorização, onde o Padre, também chamado Cícero, faz uma pequena reflexão, uma espécie de mini-podcast para a rede social.

Ainda no campo da identidade visual, a estética e construção simbólica de elementos ou de momentos sagrados, como as missas, a comunhão, os terços, as adorações, às imagens do local, dos altares, da igreja, da figura de Padre Cícero e da própria Nossa Senhora das Dores (considerada a padroeira dos romeiros) designam elementos que identificam o local e o perfil com aspectos sacros, que remetem a penitência, a fé e o fervor dos devotos. Um detalhe que chama a atenção é o uso frequente da imagem da padroeira, com foco em suas expressões, que exprimem súplica, um olhar piedoso e compassivo diante daqueles que fitam os olhos a imagem.

Os conteúdos audiovisuais trazem ao fundo uma sonoplastia envolvente em aspectos devocionais ou com o intuito de emocionar/convencer. Frequentemente são utilizados cânticos, como o hino da padroeira e outros elementos para compor as narrativas que mostram a chegada dos romeiros à cidade, seus depoimentos e relatos. Também faz-se da fala de representantes paroquiais, como o Pe. Cícero José, que comanda o quadro “reflexão do dia”, postado diariamente em *colabs* com seu perfil pessoal.

Sobre as narrativas, o engajamento através das falas, das melodias, da música e toda a composição audiovisual em geral, garantem os apelos emocionais através da súplica, das orações, dos depoimentos de cura e de esperança. Os gestos registrados durante as missas e demais manifestações diante da casa da Mãe das Dores e da imagem do Padim exprimem a construção de um relacionamento com o público, daquilo que se quer apresentar/ tornar visível no perfil.

Assim, a interação com a comunidade e o relacionamento com os membros que a acompanham, fazem parte, engajam ou alimentam esta conta se tornam possíveis, graças a essas múltiplas conexões. Dessa forma, não apenas romeiros, mas curiosos, entusiastas e qualquer pessoa que chegue a esses registros seja pela entrega algorítmica ou pela busca exploratória na pesquisa, pode ter noções do que se passa diante dos festejos que acontecem em Juazeiro do Norte, do que são as romarias e as celebrações no interior cariense. Este legado de testemunho e fé servem de prova social, alimentando o discurso diante dos rituais que acontecem na cidade.

Nota-se que são os romeiros os que mais engajam o perfil, especialmente por meio dos comentários, correspondendo às chamadas de ação, que permitem que pessoas que não estejam na cidade participem, interajam e possam dispor da mesma experiência de fé, instantaneamente dos que estão fisicamente presentes.

Além disso, na própria biografia do perfil, encontram-se informações importantes de afirmação onde constam um dos maiores centros culturais de religiosidade no país e a denominação da “conta oficial”, garantindo autenticidade aos conteúdos que por ali são veiculados. A credibilidade e a confiança são elementos fundamentais para que o marketing na instituição religiosa (assim como em qualquer outra instituição) seja eficaz, uma vez que insere reflexos e inspirações nos costumes, devoções e crenças a partir das aproximações geradas.

Figura 14- Biografia do perfil @maedasdorejsuazeiro



Fonte: Instagram @maedasdorejsuazeiro

Figura 15- Programa transmitido pela TV Web Mãe das Dores



Fonte: Instagram @maedasdorejsuazeiro

Figura 16- Postagem de convite para a missa



Fonte: Instagram @maedadoresjuazeiro

Figura 17- Informativo sobre a festividade de Nossa Senhora das Dores



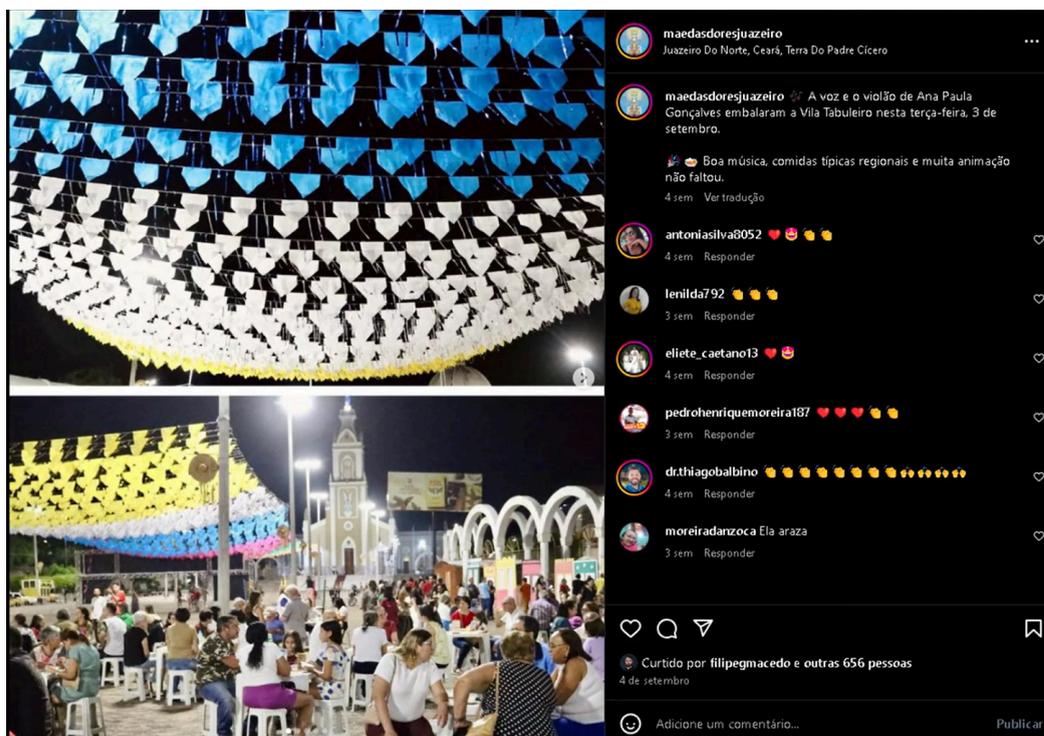
Fonte: Instagram @maedadoresjuazeiro

Figura 18- Sacerdotes e devotos se reunidos na Basílica de Nossa Senhora das Dores



Fonte: Instagram @maedadoresjuazeiro

Figura 19- Show do Chapéu em frente a Basílica Santuário



Fonte: Instagram @maedadoresjuazeiro

Figura 20- Card do evento “Show do chapéu”



Fonte: Instagram @maedasdoresjuazeiro

A utilização de estratégias cross-media¹¹ faz parte das interações apresentadas pelo perfil (figura 14), essa técnica garante a adaptação de uma narrativa a diferentes plataformas e meios de comunicação que emitem a mesma mensagem, mas de formas distintas, adaptando-se ao público e ao formato midiático em que se insere. Na análise do registro em questão, a fotografia apresenta um programa transmitido na TV Web Mãe das Dores, disponível para acesso em outra rede social, o *youtube*. Essa relação mostra a fusão de mídias digitais, uma vez que o perfil remete a outras plataformas e canais de acesso e comunicação sempre interligados.

As celebrações que são transmitidas nesses ambientes, viram conteúdos para as redes sociais, que retroalimentam e fortalecem a comunicação e a disseminação de conteúdos por meio de diferentes portais. Na Figura 15 é possível identificar a repercussão e a importância desses registros para as redes sociais, que além da foto, é auxiliado pelo uso da legenda, a fim de descrever ao que aquelas imagens

¹¹ Estratégia de *marketing* onde um mesmo conteúdo é adaptado para canais de comunicação distintos.

remetem, contendo informações importantes como datas e o local de onde essas pessoas vieram .

Além disso, a comunicação visual presentes nas postagens estáticas demonstra a preocupação em seguir um padrão óptico a partir da cor azul , presentes ao fundo das postagens e também nas fontes dos *cards*, tanto nos *posts* de cunho religioso, como nas celebrações das missas, e também na parte “profana” que envolve as manifestações culturais, a partir dos show musicais, por exemplo. Elementos simbólicos como o chapéu - anunciados diversas vezes até aqui como símbolo entre os romeiros - fazem parte da composição da postagem e ainda nomeiam o evento chamado “*show* do chapéu”.

Por fim, a comunicação institucional denota a utilização estratégica de planejamento das publicações e demais conteúdos que são/serão apresentados no perfil. Os elementos discutidos neste tópico incidem que essa comunicação se estabelece a partir da ampla utilização da lógica algorítmica, ao passo que há grande frequência de postagens e a utilização de ferramentas que ajudam a melhorar métricas de engajamento, como legendas, localização, vinhetas, entre outros.

5.3 Engajamento e partilha com os fiéis

Considerando este tópico, o material utilizado para a análise baseia-se nas interações com as postagens manifestadas pelos seguidores, como as curtidas, os comentários e as interações que se mostram como métricas importantes de engajamento na rede social, tendo em vista que demonstram ações de relacionamento entre os espectadores de conteúdos que estão presentes nesse ambiente.

Assim, a afinidade aponta a participação e o engajamento propício a experiências coletivas, as próprias curtidas podem ser vistas como experiências partilhadas, uma vez que demonstram ações de afeição, proximidade ou interação em algum nível com o conteúdo mostrado entre pessoas que expressam comum familiaridade a piedade popular mostrada. Dentro das dinâmicas das redes, os *likes* indicam ações de positividade diante do conteúdo mostrado a partir das estratégias algorítmicas da plataforma, garantindo uma entrega cada vez mais abrangente à medida que o conteúdo é impulsionado.

As imagens e os conteúdos audiovisuais ressaltam a reverência e as manifestações da fé nas mais variadas formas, além disso, servem como uma espécie de memorial da tradição, uma vez que a dinâmica da rede social propõe a possibilidade de organizar registros e separá-los à medida que são postados. Nesse aspecto, a comunicação visual, conforme discutido no tópico anterior favorece a visualização desta separação ao adotar cores, *layouts* e publicações específicas para este período festivo.

A partir do que foi visto no perfil, mostra-se que os registros com maior engajamento são aqueles que remetem aos momentos de devoção nas romarias, os registros dos devotos são engajados por outras pessoas que aparentam familiaridade com o rito que está sendo mostrado: pessoas em procissão, ajoelhadas, chegando a basílica, proferindo depoimentos, com terços e santinhos nas mãos, trajando roupas que estampam a imagem de Padre Cícero e da Mãe das Dores, usando chapéus de palha, olhares fixos que fitam o altar, elementos visuais mais apreciados no perfil.

Os comentários confirmam o discurso de crença à medida que são inseridos e colaboram para o engajamento das postagens, onde podem ser vistos discursos de agradecimento ou ainda de pedidos, preces de esperança como sinal de afirmação diante de uma intercessão divina manifestada através da rede social.

Torna-se nítido ainda durante as análises que o perfil busca constantemente se adaptar a lógica algorítmica da rede social *Instagram*, através de ferramentas de atualização como o reels, utilização de hashtags, trilhas sonoras, efeitos, ângulos de gravação, legendagem em alguns vídeos, textos interativos e recursos diversos, que buscam promover um maior alcance ao conteúdo. Por meio de uma programação diversificada, que desperta curiosidade e analisa os impactos da manifestação de fé no comércio de bens de consumo, além de disseminar informações relevantes para os romeiros e ao público em geral, são produzidas reportagens especiais. Esses conteúdos integram o perfil, destacando a magnitude dos festejos e como eles se refletem nas atividades e vivências cotidianas da cidade.

Ademais, levando em consideração os pontos abordados pelo perfil da @maedadoresjuazeiro, pode-se afirmar que a comunicação midiática de ambientes religiosos é uma manifestação em ascensão, permeada pelo uso de mídias eletrônicas de interação virtual, em tempo real, pois é através das transmissões, *likes*, comentários e compartilhamentos que se apresenta um modo de sobrevivência

e resistência da fé (Sbardelotto, 2017). Onde qualquer lugar se transforma num espaço de confraternização e vivências assistidas de lugares distintos, por meio de uma fé mediada, que enlaça discursos e subjetividades anteriormente estabelecidas nas tradições.

Figuras 21 e 22- Quadros “Reflexão do dia” e “Refletindo com o Padim”



Fonte: Instagram @maedasdorejuazeiro

Figura 23- Caravana de romeiros chega a Juazeiro do Norte



Fonte: *Instagram* @maedasdorejuazeiro

A presença de quadros com assuntos relacionados no perfil demonstra a preocupação com a variedade e assiduidade de promover conteúdo. Tradicionalmente os quadros são momentos relativos a programas televisivos ou de rádio, destinados a tratar de temas específicos. No perfil @maedasdorejuazeiro, demonstra-se a presença do quadro apresentado diariamente, chamado “reflexão do dia”, uma adaptação da evangelização tradicional, onde são comentados versículos bíblicos de maneira reflexiva, um outro elemento que chama atenção é que essa meditação é feita por um sacerdote da instituição, que apresenta essas postagens em colaboração com seu perfil pessoal.

Nessa mesma vertente, o quadro “Refletindo com o Padim” atribui uma proposta de evangelização e reflexão junto das palavras mediadas pela fé cristã aproximando-as aos feitos de Padre Cícero, como exemplo que faz juz ao seu título de de “Servo de Deus”, este quadro apresenta imagens diversas do sacerdote como capa da publicação com fotografias antigas, a maioria em tons marrom ou preto e

branco, mas também existem imagens que são moldadas por inteligências artificiais ou artes de design. A mediação ocorre da mesma forma da “Reflexão do dia”, com a locução do Padre Cícero José e a postagem colaborativa junto a seu perfil.

Paralelamente, um outro aspecto que chama atenção na interação com o público é a manifestação da chegada dos fieis à cidade de Juazeiro do Norte, normalmente as caravanas chegam em ônibus que promovem um buzinaço nas principais ruas do centro da cidade e nos entornos da Basílica. Esses registros retêm um bom engajamento do público, tanto nas curtidas, quanto nos comentários, com mensagens saudosas, de boas vindas e de veneração (figura 23).

Em razão das atividades demonstradas pelas postagens e, sobretudo, da reação do público que aguarda as atualizações da página, observa-se que essa forma de publicação funciona como um informativo, conectando o mundo real ao virtual. Ele permite que tanto os usuários das redes sociais, que acompanham à distância, quanto aqueles que não podem vivenciar o evento fisicamente, se envolvam e se entretendam, por meio da mediação da experiência nas telas.

As relações que perpassam a prática da fé, envolvem comunhão, partilha, um estar coletivo e adoração conjunta diante de um ambiente e objetos sagrados. O que se pode dizer a partir da mediação desta atividade - que diz muito sobre os modos de vivências humanas - é que, na rede social, existe uma nova forma de experienciar a crença, que interfere diretamente nas relações de fé, demonstrações, culto a imagens e todos os demais afetos e ritos que se ressignificam simbolicamente na conexão entre os homens e Deus.

5.4 A experiência do sertão na fé midiaticizada

A cultura das mídias digitais oriundas das mudanças trazidas pela web 2.0, que proporcionou aos usuários a capacidade de adaptação e segmentação a conteúdos e nichos de seu interesse, viabilizou uma série de reconfigurações e rupturas nas formas de comunicação e acesso à informação. Amparados pelos dispositivos que convocam na modernidade, a cibercultura, que se traduz na relação de atravessamento das tecnologias sob a cultura, por meio de atividades técnicas e intelectuais (Levy, 2010), tornando-se uma realidade cada vez mais presente, ao passo que é utilizada mediante a facilitação da conexão entre espaços físicos que se tornam um só lugar no ambiente virtual.

Uma das implicações decorrentes desta interação são as comunidades digitais, que se caracterizam pela conexão digital e instantânea, mediada por dispositivos digitais, com acesso a internet, como computadores e celulares. Essa relação passa a oferecer novas possibilidades de acesso a informações, bem como uma experimentação espaço-temporal. André Lemos (1997) enxerga essa mudança como um vislumbre de uma arte moderna, caracterizada pela conectividade e interação, composta por pontos que se interligam e juntos formam uma grande conexão: uma rede.

Essa reconfiguração ocasiona transformações nas experiências dos usuários à medida que inserem novas formas de aproximação aos assuntos de seus interesses, podendo acessar e pertencer a redes distintas que atendam aos nichos e preferências sobre diversos assuntos e práticas que fazem parte de sua vivência.

Nesse entremeio, além da hiperconectividade via textos, *hiperlinks* e mais ferramentas, as imagens se destacam enquanto elementos de interação capazes de produzir atribuições de sentido e significado, sendo captadas e reproduzidas mediante a lógica de distribuição frente aos acontecimentos captados. Segundo Lemos (1997, p.25), “as novas imagens (digitais) não mais representam o mundo; elas digitalizam o real.” Esses fragmentos digitalizados da realidade perpassam lógica algorítmica na produção e distribuição de conteúdos e envolvem o público a fim de propor um engajamento expressivo.

Dessa forma, aplicando as contribuições de seus estudos ao objeto de pesquisa situado na midiatização da fé nas romarias de Juazeiro do norte, é visto que no perfil Mãe das Dores Juazeiro que as imagens são elementos fundamentais na contribuição de uma estética diante de um perfil de matriz cristã, os elementos visuais digitalizam as manifestações de fé que se exibem em torno do cotidiano da cidade, dos templos e das imagens sagradas.

Além disso, a experiência do sertão é retratada de maneira sensível a experiência cotidiana, sendo situadas através das legendas o contexto do registro e as manifestações apresentadas, dessa forma, compreende-se que a estruturação da maior parte das postagens durante o período de romaria exprimem a experiência do sertão retratada pelos olhares piedosos que se lançam ao sol em um dos períodos mais quentes do ano na região Nordeste, elementos que evidenciam isso, também podem ser percebidos a partir das vestes dos romeiros, com os tradicionais chapéus de palha e camisetas de canga, que ajudam a se resguardar do sol.

O sacrifício midiaticizado serve para validar aquilo que historicamente é representado e compreendido pelos conceitos de romarias e peregrinações, descritos anteriormente por Sanchis (2006), pessoas que abdicam de seu cotidiano a fim de realizar uma penitência coletiva ou individual com o objetivo de alcançarem a chegada a um local considerado sagrado. Alguns elementos que se encontram presentes também são o percurso das peregrinações que acontecem até a chegada nesse lugar, embora não retratem com profundidade esses desafios e as histórias e motivações em particular de cada grupo de romeiros, o foco parece ser a visão panorâmica das viagens ao sertão motivadas pela fé no Patriarca do Nordeste.

Além disso, a própria imagem da Padroeira de Juazeiro do Norte, Nossa Senhora das Dores, apelidada pelos romeiros de “Mãe das Dores” simboliza uma conexão com os devotos, ao observarmos as expressões de compaixão e sensibilidade que é expressa através de sua figura no perfil: seu olhar misericordioso parece fixar o olhar daqueles que adentram a igreja - este foi inclusive o tema de um vídeo postado em outro momento no perfil, onde a reportagem mostrava a veneração a imagem - que foi um presente doado ao Padre Cícero - o detalhe que mais chamava atenção, era justamente o realismo nas expressões faciais.

Além disso, a devoção a Nossa Senhora das Dores está frequentemente associada ao sofrimento, a doação e a caridade, sua representação adornada de sete dores - história contada pela própria tradição católica - causam um senso de empatia, como alguém que conhece e cuida das mazelas daqueles que se confiam aos seus cuidados.

Tommaso (2018) explica que há uma diferença entre a apreciação das imagens sacra e sagrada. Enquanto a primeira se refere ao culto, a segunda está ligada à devoção. Os termos podem parecer similares, entretanto, há uma variação preponderante na prática. Assim, a imagem de devoção garante uma aproximação mais íntima e subjetiva a partir do momento que se caracteriza pela posição de empatia entre o divino e os humanos. É dessa perspectiva que remete às imagens de Nossa Senhora das Dores, tanto no ambiente físico como no Perfil.

As procissões com o carregamento de andores, bandeiras e a imagem dos santos é uma tradição apreciada na cidade de Juazeiro do Norte. Na figura 25 pode-se perceber a caravana de fiéis na chegada à Basílica Santuário trajando a camiseta estampada com a imagem de Padre Cícero conduzindo o bandeira com sua imagem, junto da padroeira Nossa Senhora das Dores.

Há também um paradoxo diante desses registros: A vida do sertanejo frequentemente é retratada na mídia e nos produtos midiáticos como uma narrativa de sofrimento e penitência, sob um sol ardente e uma terra árida. Entretanto, a cena que se observa no Cariri cearense desafia essa representação a medida que se insere a satisfação a partir das andanças ao longo da jornada.

Elementos que confirmam essa exultação podem ser encontrados no página da Mãe da Dores, com a reunião de devotos que lotam as igrejas, as praças e o centro da cidade, a chegada em caravanas, o ato de posar pra foto no ambiente, participar das missas, cortejos e caminhadas; e ainda das manifestações culturais que acontecem no entorno, como a festa do chapéu, que propõe momentos de descontração, através da apreciação do canto e da dança. A disposição de um espaço físico para *show* e quermesse, onde os fiéis possam interagir possibilita a oportunidade de diálogo entre as pessoas, que podem, além de uma fé em comum, apreciar ritmos e manifestações afins (figura 26). Ações e expressões que criam e ressignificam a atmosfera em torno da vivência sertaneja e da midiaticização desse sacrifício não apenas pelo lado do sofrimento, mas pela vertente da recompensa, além da manifestação sagrada.

Figura 24- Noitários na novena de Nossa Senhora da Dores



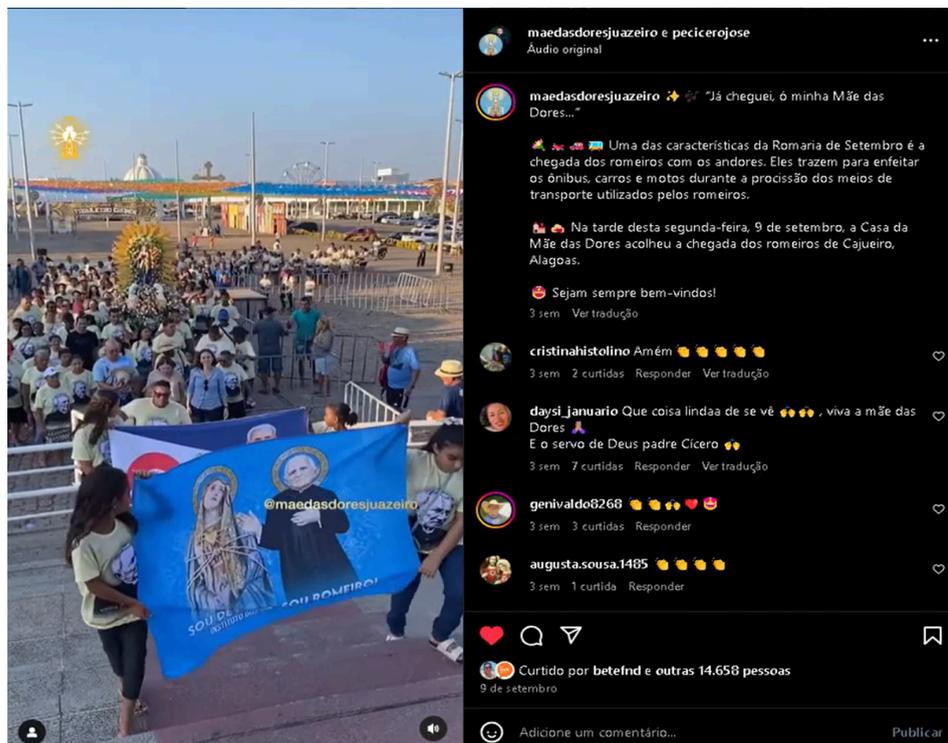
Fonte: *Instagram* @maedasdorejuazeiro

Figura 25- Imagem da Padroeira, Nossa Senhora das Dores



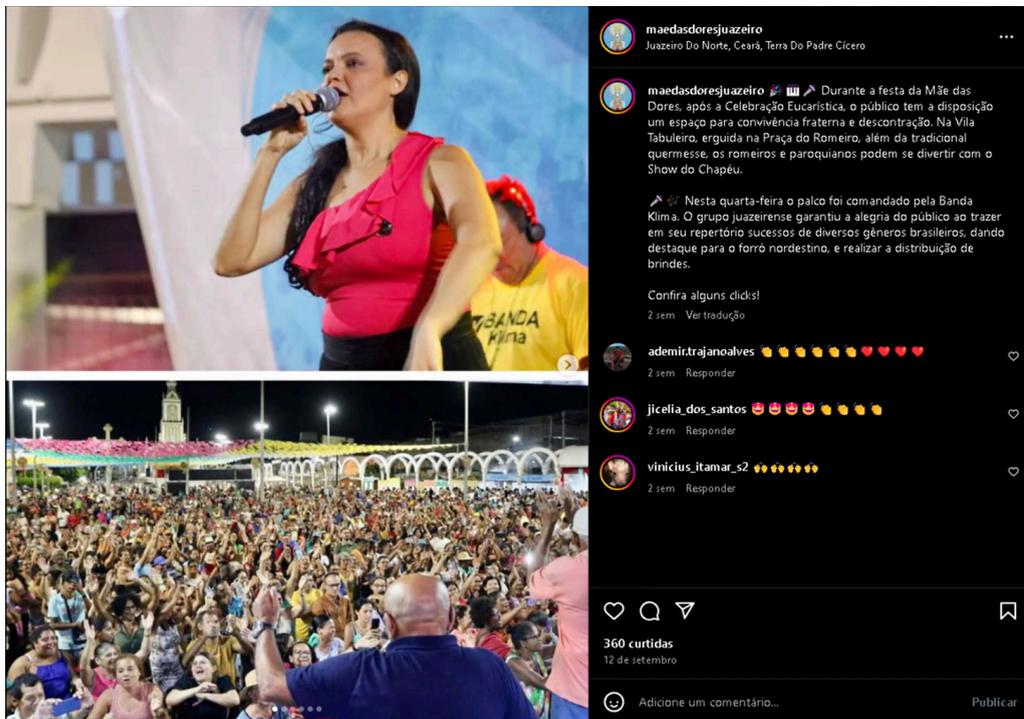
Fonte: Instagram @maedasdorejuazeiro

Figura 26- Procissão com andores chegando a Basílica



Fonte: Instagram @maedasdorejuazeiro

Figura 27- Show do Chapéu



Fonte: *Instagram* @maedadoresjuazeiro

5.5 Evangelização por meio das imagens

As imagens são ferramentas que favorecem a comunicação sensorial em diversos ambientes, elas são responsáveis por administrar pedagogias diversas as nossas vivências, exprimindo relações de caracterização ou subjetividade diante do que expressam. Essa utilização sensorial pode colaborar para que as emoções sejam geradas.

Partindo desse princípio, na imersão diante dos conteúdos apresentados pelo perfil @maedadoresjuazeiro, pode-se perceber que as imagens veiculadas a partir deste criam uma conexão emocional diante do ambiente virtual, que nada mais é que o reflexo de toda a manifestação que acontece no entorno do espaço físico ao redor dos pontos turísticos localizados no centro da cidade, onde se localiza a capela na qual o Padre Cícero está sepultado e a Basílica de Nossa Senhora das Dores.

Assim, a comunicação não-verbal é um elemento que simboliza e representa a cidade de Juazeiro do Norte, nos estabelecimentos, como bares, lanchonetes,

postos de gasolina, nos adesivos dos veículos, nos altares das casas e em diversos adornos, a imagem do Padim, exposta através de bustos, silhuetas e diversas formas visuais de representação enfeitam e comunicam a história de devoção que o apresenta como figura protagonista da história daquele local.

O reflexo dessa cultura das imagens expressadas fisicamente se tornam capturas de registros que contam a história dos peregrinos que chegam a Juazeiro do Norte, é esse um aspecto em comum entre aqueles que se destinam dias até a chegada no local. Os gestos, os sorrisos, os choros, as palavras e até mesmo as vestes retratam um elemento em comum: a fé.

Diante da dinâmica na vida plataformizada, essas imagens ajudam a elucidar um discurso de representação, que permite aos que não podem estar fisicamente presentes, experienciar sua devoção de fé, ainda que a distância. As ações de engajamento, como as curtidas, os comentários e os compartilhamentos servem como conduta devocional na estética religiosa.

Assim, Hjarvard (2012) discute a relação entre as instituições e a tecnologia, à medida que proporcionam a transformação de uma cultura, amparada pelo uso das mídias e do ambiente digital. Dessa forma, cria-se a produção de um sentido de comunidade virtual.

Durante a observação participante a presença de elementos visuais chamou atenção no centro da cidade em espaços como praças e no largo da matriz, a esculturas moldadas em gesso com a imagem de Padre Padre Cícero é um elemento presente em meio às imagens de santos oficialmente reconhecidos pela Igreja Católica e estão dispostas em maior volume, ganhando destaque nas bancas e lojas. Além disso, encontra-se uma variedade de produtos como velas, camisetas, chaveiros, terços, canecas, oratórios, entre outros que estampam a figura do Padim (figura 28 e 29).

Algo semelhante ao que ocorre nas redes sociais, onde a figura do Padim aparece frequentemente nas postagens, seja por meio das instituições ou pelos devotos que usam acessórios com seu retrato. Esses elementos contribuem para a comunicação e disseminação da fé, proporcionando visibilidade ao Padim e às festividades de Juazeiro, ao mesmo tempo em que promovem um *marketing* pessoal, estreitando a conexão das narrativas sagradas com os participantes. Além disso, essa visualidade pode despertar a curiosidade de pessoas que não praticam a

fé, incentivando-as a conhecer o rito ou a interagir com as páginas, ampliando o alcance e o engajamento.

Figuras 28 e 29- Imagens de Pe. Cícero enfeitam o comércio de Juazeiro do Norte



Fonte: autoral

Esse processo de globalização em torno das atividades religiosas se manifesta à medida que se insere novos rituais na cultura, por exemplo com as redes sociais, garantindo a difusão de práticas, crenças e valores, ultrapassando as fronteiras geográficas diante das experiências sensoriais e de onipresença. Portanto, essas conexões virtuais se tornam meios de visibilidade ao serem utilizadas como instrumentos de comunicação abrangentes para lugares diversos.

Nesse aspecto, a mercantilização da religião se torna elemento presente ao passo que a audiência se converte em fins lucrativos, propício ao consumo de itens como livros, terços, chapéus, vestes pretas, imagens com a estampa do santo popular entre outros elementos que compõem uma lógica de consumo, seja através do ato propriamente dito, ou da audiência dos conteúdos que se converte em engajamento e entrega algorítmica dentro da rede social.

Sodré (2015) explica que a globalização sob muitos aspectos detém a possibilidade de inclusão e exclusão dentro de sua lógica capitalista, uma vez que a tecnologia afeta diretamente a forma de comunicação entre a sociedade e sua

relação com a cultura. Assim, são criadas pedagogias que podem suscitar comunicações mais inclusivas, como é o caso do objeto desta pesquisa.

Roland Barthes (1990) comenta que as imagens comunicam a partir do momento que transmitem mensagens capazes de expressar uma informação contínua, que captada diante da fotografia se tornam testemunhas de acontecimentos que marcaram a história. Ele aborda a fotografia como elemento denotativo da realidade, embora não capte todas as dimensões do real. O autor discute que as fotografias representam faces que vão além das descrições do que é visto, pois os registros possuem a capacidade de dialogar com questões subjetivas que interferem diretamente no cenário histórico e social vivido. Conforme discute:

Em suma, de todas as estruturas de informação, a fotografia seria a única a ser exclusivamente constituída e ocupada por uma mensagem denotada, que esgotaria completamente o seu ser; diante de uma fotografia, o sentimento de "denotação" ou, se se preferir, de plenitude analógica é tão forte que a descrição de uma fotografia é literalmente impossível; porque descrever consiste exatamente em juntar à mensagem denotada um relê ou uma mensagem segunda, mergulhada num código que é a língua (*langue*), e que constitui fatalmente, por mais cuidado que se tome para ser exato, uma conotação relativamente ao análogo fotográfico: descrever não é portanto apenas. (Barthes, 1990, p. 3)

Sendo assim, as fotografias se tornam elementos fundantes que ajudam a contar histórias e elucidam o acesso ao real.

Retornando ao objeto desta pesquisa, vemos a aplicação desses conceitos, uma vez que essa pode ser uma das razões que explica a presença de fiéis na adesão das postagens, por meio das curtidas, dos comentários e compartilhamentos, nos pedidos, nas promessas, nas penitências e na divulgação pública da fé que são talhadas e resguardadas por meio das fotografias e do acervo audiovisual que compõem a comunicação dentro do ambiente midiático.

Esses elementos se tornam dispositivos que favorecem a perpetuação de uma tradição e exprimem lacunas da realidade que se vive e que se resiste à fé na cidade de Juazeiro do Norte. Além disso, o atravessamento desses registros nas mídias digitais, somam-se a acontecimentos históricos, à medida que saem de seu ecossistema tradicional e criam configurações e comportamentos de aproximação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das discussões aprofundadas ao longo da pesquisa, buscou-se compreender a relação entre a midiatização da fé nas romarias de Juazeiro do Norte e a experiência da fé mediada pela interação com as telas. E como essa relação se traduz nas relações entre os fiéis e a apreciação que remetem a devoção e expressão do rito sagrado, através das informações favorecidas por meio da página institucional da Basílica Santuário da cidade .

Ao todo, foram analisadas 200 postagens, no período de romaria da padroeira Nossa Senhora das Dores incluindo, fotos, vídeos e carrosseis, além de postagens com recursos de *colabs* em parceria com outros perfis, esses registros foram feitos após o período de festa, a fim de que se atingisse o engajamento máximo para a coleta e registro dos dados.

A partir das amostras coletadas, observou-se que os elementos analisados indicam que a midiatização promovida através do perfil @maedasdoreసుazeiro tem se manifestado como uma ferramenta de integração e interação com os fiéis nas redes sociais, contribuindo para a prática de uma ritualística de fé e partilha, que se expande no ambiente digital. Além disso, os elementos presentes no perfil comunicam algo além do que é explicitamente enunciado nos textos se considerarmos a magnitude dos festejos de romarias e da devoção popular sustentada pela crença e pela subjetividade que perpassa esses recintos.

As imagens, enquanto componentes semióticos, criam signos que incitam a veneração, e também geram pedagogias que estimulam a prática cristã nesses ambientes digitais (Bourdieu, 2007). Assim, observa-se que os elementos textuais e visuais se encontram integrados, formando uma comunicação complementar uma à outra. Os elementos do espaço físico são digitalizados e “teletransportados” para o ambiente virtual, à medida que são veiculados produtos midiáticos como reportagens e matérias, adaptados a rede social a fim de que se crie aproximação e empatia com o público.

Identifica-se que por meio dos espaços mediados pelas redes sociais o alcance a informações e a acessibilidade comunicacional favorecem o fortalecimento da devoção, de maneira a ampliar a expressão do ambiente de fé a partir do uso dessas mídias digitais, que inserem narrativas dentro do ecossistema midiático (Sodré, 2014). Esses registros de passagens cotidianas potencializam o alcance das

manifestações de fé que ocorrem em Juazeiro do Norte, tornando o fenômeno das romarias um evento exponencial no tocante ao acesso e apreciação dessas crenças.

Desse modo, a tradição que originalmente acontece no espaço físico da igreja, considerado local sagrado para os cristãos, passa a manifestar novas insígnias a devotar veneração ao passo que se mantém atualizada às tecnologias de comunicação e as formas de propagar informações e discursos ao longo do tempo.

Nessa vida plataformizada, as dinâmicas midiáticas assumem o papel de mediadoras da instituição no contato direto, vertical e intimista com seus fiéis. Assim, a instituição torna-se mídia ao passo que adapta suas tradições ao ambiente virtual, produzindo transformações socioculturais nos registros e nas vivências da fé (Hjarvard 2012; 2014).

O impacto da mídiatização da fé nas romarias de Juazeiro do Norte potencializa a transformação da cultura e identidade religiosa local, mas também favorece a permanência dessa tradição centenária, ao passo que cria oportunidades de se fazer conhecida exponencialmente, tendo em vista o número considerável de seguidores no perfil, que apresenta crescimento constante desde a elaboração deste trabalho em sua fase de projeto até sua conclusão. Essa adaptação tecnológica expande os horizontes para o fortalecimento da identidade cultural e religiosa local, que agora pode ser compartilhada com um público global.

Assim, em sentidos de inovação, essa pesquisa traça contribuições que aproximam intersecções entre a fé tradicional e a relação com as tecnologias mediadas por meio de plataformas interativas, em especial das redes social, considerando este espaço como um ambiente multifacetado e propício a interações em rede, instigando o senso de coletividade.

A convergência de uma tradição religiosa que perdura há mais de um século e que nasceu na oralidade, através das narrativas, se mostra um objeto a ser explorado sob muitas vertentes, a que desponta neste trabalho é apenas uma delas, levando em consideração a utilização midiática de uma plataforma como o *Instagram* que possibilita trocas instantâneas de comunicação.

A dinâmica de acessibilidade e globalização favorecida através da inserção midiática são capazes de produzir afetações não apenas no rito do fiel, mas também da própria igreja e das celebrações realizadas à medida que pessoas de lugares distintos, tem a possibilidade de acompanhar e interagir com a variedade de conteúdos apresentados no perfil. Assim, a página serve como ponto de encontro

entre os fiéis e as pregações religiosas, aproximando e viabilizando o acesso à evangelização.

No sentido de *marketing* muito se fala na humanização das marcas, especialmente no setor empresarial, essa é uma estratégia utilizada para transmitir credibilidade, confiança e autenticidade aos conteúdos. Observa-se que este é um recurso amplamente explorado no perfil da @maedasdoresjuazeiro. Igualmente, a relação entre a imagem e a espiritualidade são frequentemente colocadas em cheque, uma amparada pela outra, ao passo que o *Instagram* apresenta forte apelo audiovisual e novas interações “sagradas” são criadas, por meio de emojis e outros dispositivos de interação, por exemplo.

Essa consagração virtual expressa a partir das alterações na aproximação entre o ritmo e o ritual, criam comunidades virtuais de fé, uma rede de fiéis. Dessa maneira, as contribuições deste trabalho se mostram presentes à medida que busca-se compreender as transformações da religiosidade tradicional para a religiosidade virtual.

No campo comunicacional o estudo aponta contribuições por diversas vertentes:

I) comunicação digital: proporcionada pela convergência midiática, transformando as formas de comunicação e mediação das pregações. Ampliando as formas de consumo e aproximação aquilo que dialoga com a subjetividade do espectador.

II) Intersecção entre cultura e mídia: No sentido de transformação e adaptação da cultura regional e da inserção midiática através do *Instagram*.

III) Fé e *marketing* religioso: À medida que é fé pode ser entendida como um produto dentro da rede social, através da utilização estratégica audiovisual e de pregações na mediação espiritual.

Em suma, para o campo comunicacional a pesquisa sobre a midiatização da fé nas romarias de Juazeiro do Norte, através do *Instagram* @maedasdoresjuazeiro oferece uma análise crítica de como se configura a comunicação religiosa na contemporaneidade e como as tradições se alteram e se adaptam as pregações digitais enquanto ação necessária ou recomendada a fim de permanecer integrada com seu público.

Ademais, este trabalho abre caminho para futuras pesquisas sobre a midiatização de outras manifestações religiosas e de comunicações institucionais

nos seus diversos setores, sugerindo uma análise mais ampla sobre o papel da mídia na transformação das práticas religiosas no Brasil e no mundo. Investigando, eventualmente, outras romarias e festividades populares que também passaram a ser mediadas virtualmente, podendo aprofundar a compreensão do impacto das tecnologias na religião. O que nos leva ao questionamento seguinte: seriam essas narrativas midiáticas capazes de transmitir as mesmas sensações do ambiente físico?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Cadernos da Escola de Comunicação**, v. 1, n. 6, 2008.

BARBERO, J. M. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997, p. 45–89.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BARTHES, Roland et al. A mensagem fotográfica. **O óbvio e o obtuso**, p. 11-25, 1990.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5ª edição. São Paulo: Presença, 2007.

BRAGA, José Luiz et al. **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. 2017.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: Obras escolhidas I. São Paulo: Brasiliense, 1987.

CARVALHO, Félix; FARIAS, Jéssika; PEREIRA, Thamyres; SILVA, Marcelo. Marketing Religioso e Relações de Consumo: um estudo qualitativo sobre fidelidade no universo cristão. **São Luis: UFM**, 2015.

CASCUDO, Luis da Câmara. **Religião no Povo**. João Pessoa: Imprensa Universitária, 1974.

DEBRAY, Régis. **Curso de midiologia geral**. Tradução de Guilherme João de F. Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1993. 419 p. Título original: Cours de médiologie générale.

FAUSTO NETO, Antonio. **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades-dimensões discursivas**. Intexto, n. 7, p. 33-46, 2001.

FERREIRA, Jairo et al. **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização? Onde está a midiatização?**. FACOS-UFSM, 2018.

FERREIRA, Jairo et al. **Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na midiatização**. FACOS-UFSM, 2020.

FRANÇA, Vera V. O objeto da Comunicação/A comunicação como objeto. In. HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera V. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 9. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2001, p. 39-60.

FISCHER, Rosa. **Trabalhar com Foucault: arqueologia de uma paixão**. São Paulo: Autêntica, 2012.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In. _: DREYFUS, Hubert L. e RABINOW, Paul. **Uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

GOMES, P. G. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. Revista FAMECOS, [S. l.], v. 23, n. 2, p. ID22253, 2016. DOI: 10.15448/1980-3729.2016.2.22253. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/22253>. Acesso em: 27 jun. 2024.

GUILOUSKI, Borres; COSTA, Diná Raquel D. da. Ritos e rituais. **Jornada Interdisciplinar De Pesquisa Em Teologia E Humanidades- JOINTH, Subjetivação contemporânea e subjetividade**, v. 2, 2012.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12 ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015. 64 pp. ISBN 978-85-8316-007-6.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Organização de Arthur Ituassu. Tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2016. 260 p.

HEPP, Andreas. **As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”**. MATRIZES, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HEPP, Andreas; HASEBRINK, Uwe. **Interação humana e configurações comunicativas: transformações culturais e sociedades midiatizadas**. In: Parágrafo, v. 3, n. 2, p. 75 - 89, 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/333/341>. Acesso em 10 ago. 2023.

HJARVARD, S. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. MATRIZES, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012.

HJARVARD, Stig. Da Mediação e Mdiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 51-62, 2015.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip. **Marketing Management** – Marketing in the 21st century. São Paulo: Person, 2002.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

LEMOIS, André. Arte eletrônica e cibercultura. **Revista Famecos**, v. 4, n. 6, p. 21-31, 1997.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2010.

LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. Autêntica, 2018.

MORICONI, Lucimara Valdambri. **Pertencimento e identidade**. Campinas, SP:[sn], 2014.

MARTINO, Luis Mauro Sa. Mdiatização da religião e Estudos Culturais: identificando diferenças a partir de Stuart Hall. **Matrizes**, v. 10, n. 3, p. 143-156, 2016.

MARTINO, L.M.S. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2016.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1990. [Original publicado em 1964]

MINAYO, Maria Cecília de Souza; COSTA, António Pedro. Fundamentos teóricos das técnicas de investigação qualitativa. **Revista Lusófona de Educação**, n. 40, p. 11-25, 2018.

NETO, Lira. **Padre Cícero: poder, fé e guerra no sertão**. Editora Companhia das Letras, 2009.

TOMMASO, Wilma Steagall. Arte Sacra e Arte Religiosa. **Imagem de culto e imagem de devoção** [em linha]. 2018.

PASSAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultural**. 3ª Ed. Porto Alegre: autêntica, 2008. P.94.

RECUERO, Raquel. Métodos mistos: combinando etnografia e análise de redes sociais em estudos de mídia social. **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: E-papers, p. 117-132, 2016.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Campinas: Papyrus, 1994.

SANCHIS, Pierre. Peregrinação e romaria: um lugar para o turismo religioso. **Ciencias Sociales y Religión**, v. 8, n. 8, p. 85-97, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lucia. As comunicações e as artes estão convergindo?. **Revista Farol**, n. 6, p. 20-44, 2005.

SANTAELLA, Lucia. **Leitura de imagens**. Editora Melhoramentos, 2012.

SANTOS, Ivig; LIMA, Maria Érica. “Caminhada com Maria” virtual: uma festa popular em diálogo com o digital. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 18, n. 41, p. 54-69, 2020.

SATUF, Ivan ; SANTOS, M. ; ROQUE, R; MOREIRA, D . **Uma Igreja Nas Redes Sociais:a midiatização da religião em Juazeiro do Norte**. CAMBIASSU: ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO (ONLINE), v. 13, p. 121-135, 2017.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o Verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital**. São Paulo: Paulinas, no prelo, 2016.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

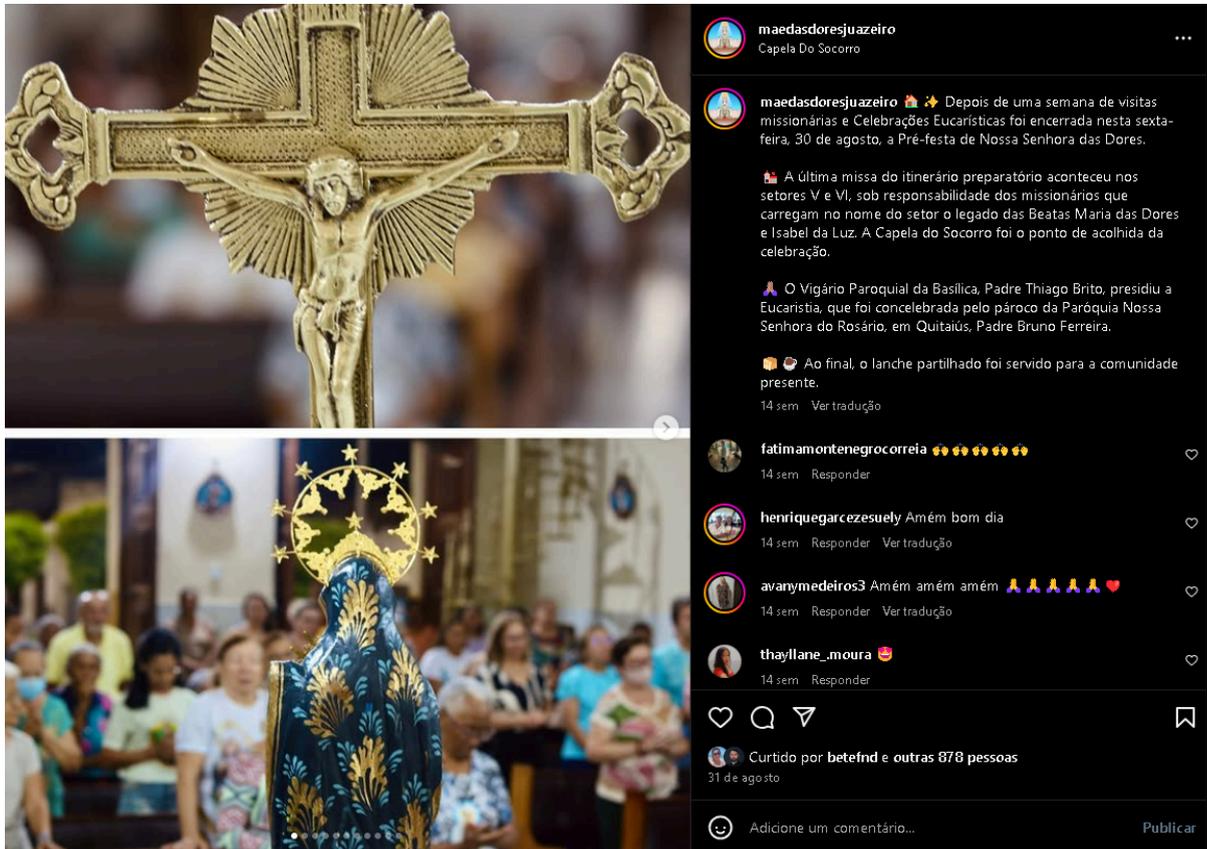
SOUZA, Queila; QUANDT, Carlos. Metodologia de análise de redes sociais. **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, p. 31-63, 2008.

VALÉRIO, Mairon Escorsi. Foucault pensando a religião. **Mneme-Revista de Humanidades**, v. 5, n. 10, 2004.

VERÓN, Eliseo. **Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências**. MATRIZES, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014.

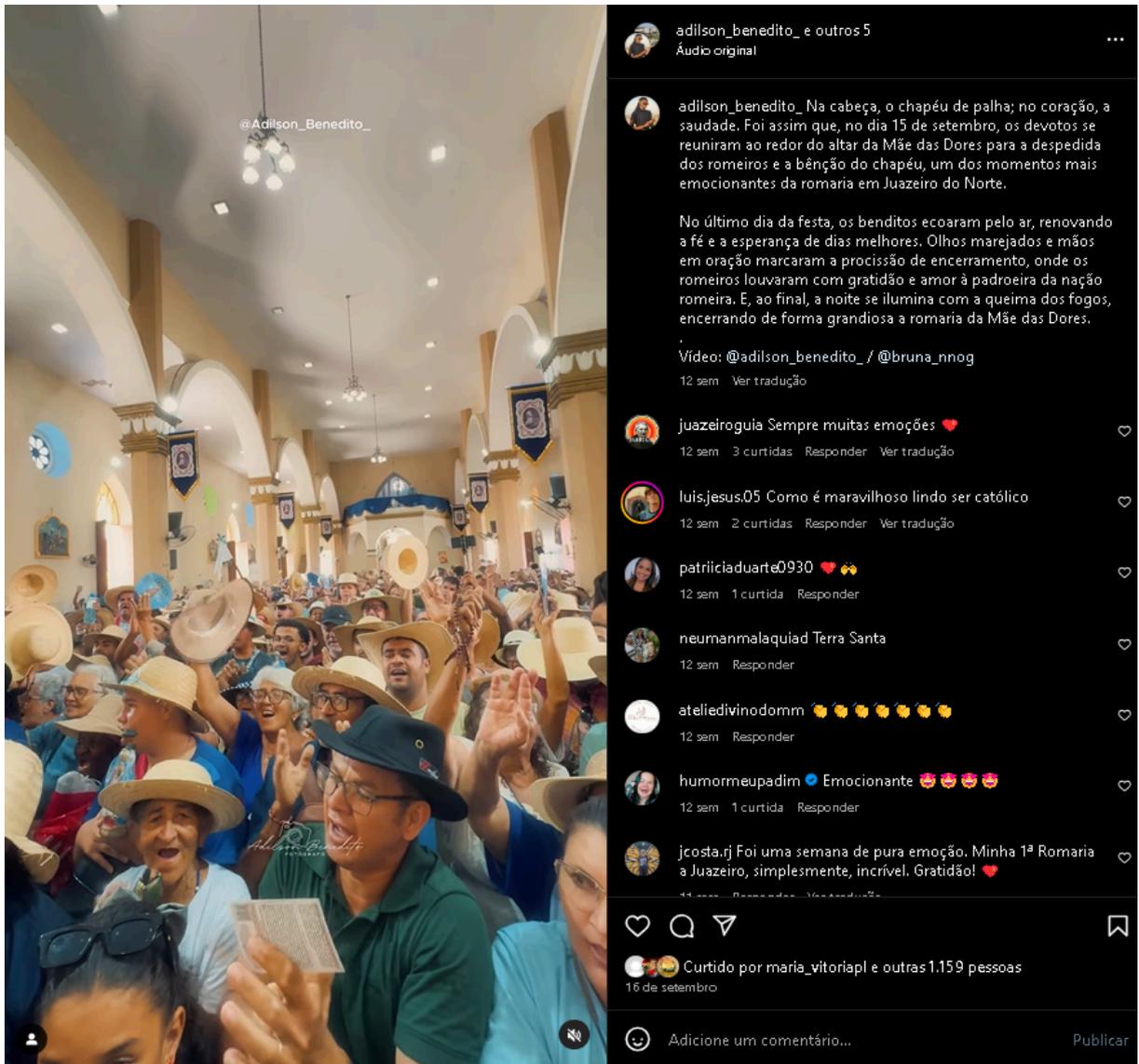
ANEXOS

Figura 30- Celebração durante o novenário de Nossa Senhora das Dores, na foto de cima, imagem da Padroeira próxima aos romeiros.



Fonte: *Instagram* @maedadoresjuazeiro

Figura 31- Romeiros reunidos durante a missa na Basílica Santuário
(conteúdo em vídeo)



Fonte: *Instagram* @maedasdoresjuazeiro

Figuras 32 e 33- Operadores de câmeras profissionais registram e transmitem as manifestações durante a romaria.



Fonte: autoral

Figuras 34 e 35- Procissão da luzes



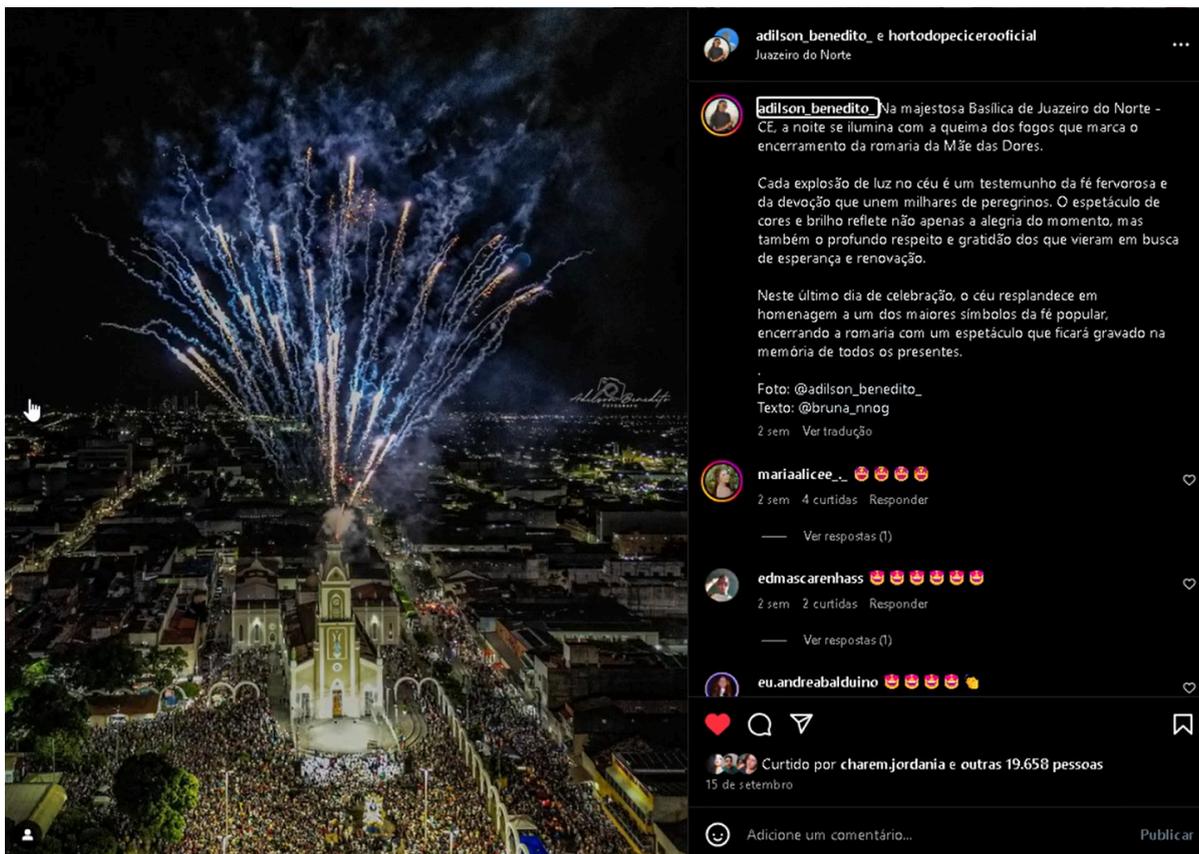
Fonte: autoral

Figuras 36 e 37- Encontro entre romeiros



Fonte: Instagram @maedadoresjuazeiro

Figura 38- Vista panorâmica da Basílica de Nossa Senhora das Dores



Fonte: Instagram @maedasdorejuazeiro