



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

ROMEIROS NO WHATSAPP: A NARRATIVA DA FÉ EM AMBIENTE

MIDIATIZADO

PILGRIMS ON WHATSAPP: THE NARRATIVE OF FAITH IN A

MEDIATIZED ENVIRONMENT

Ivan Satuf ¹

Robson Roque ²

Mychelle Santos ³

Resumo: Estudos no campo da mediatização da religião identificam transformações no interior das mais diversas crenças decorrentes de uma conexão instantânea e potencialmente ubíqua associada à proliferação de tecnologias comunicacionais. O presente trabalho se concentra numa manifestação religiosa específica – a romaria católica – para compreender como o emprego de smartphones atua sobre a experiência dos fiéis. O objetivo principal do trabalho é investigar a emergência de narrativas mediatizadas criadas pelos romeiros a partir do compartilhamento de material multimídia em um grupo do WhatsApp. A pesquisa empírica foi realizada em Juazeiro do Norte, cidade com forte vocação religiosa localizada na região do Cariri cearense.

Palavras-chave: Mediatização; Religião; Romaria; Juazeiro do Norte.

Abstract: Researches on the field of mediatization of religion identify transformations within the most diverse beliefs associated with an instantaneous and potential instability to stimulate the proliferation of communicational technologies. The present work focuses on a specific religious manifestation - the Catholic pilgrimage - to understand

¹ Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Doutor em Ciências da Comunicação (UBI/Portugal) e coordenador do projeto de pesquisa “A mediatização da fé: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte” (PIBIC/CNPq). E-mail: ivan.satuf@ufca.edu.br.

² Graduado em História pela Universidade Estadual do Cariri (URCA) e estudante do 7º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Bolsista de iniciação científica (CNPq). E-mail: jornalismorobson@gmail.com.

³ Estudante do 5º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Bolsista de iniciação científica (CNPq). E-mail: mychellesantos14@gmail.com.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

how the use of smartphones acts on the experience of the pilgrims. The main objective of this work is to investigate the emergence of mediated narratives created by pilgrims by sharing multimedia material in a WhatsApp group. The empirical research was carried out in Juazeiro do Norte, a city with a strong religious vocation located in the Cariri region of Ceará.

Keywords: Mediatization; Religion, Romaria; Juazeiro do Norte.

Introdução

Há mais de um século, milhares de romeiros são atraídos ao município de Juazeiro do Norte para reverenciar Padre Cícero (1844-1934), figura influente na fé sertaneja. Como toda prática religiosa institucionalizada, as peregrinações pressupõem a definição de comportamentos e a transmissão dos conhecimentos entre as gerações: “ser romeiro implica perfazer trajetórias, aprender condutas, realizar rituais, partilhar valores e acreditar no mesmo céu” (Cordeiro, 2010, p. 174).

No século XXI, contudo, as tradicionais romarias ganham novas camadas de experiência em virtude da interconexão quase permanente entre os fiéis por meio de smartphones. Dentro das igrejas, durante os cortejos pelas ruas da cidade ou em qualquer outro espaço compreendido como sagrado é possível observar peregrinos com aparelhos digitais nas mãos. Os fiéis fotografam, filmam, partilham conteúdos multimídia em redes sociais on-line e trocam mensagens por aplicativos.

A experiência religiosa está inserida num contexto de hiperconexão digital, em que cada romeiro se torna um nó em um emaranhado midiático por onde circulam complexos fluxos informacionais. Assumindo como referencial o crescente processo de mediatização da religião (Gasparetto, 2011; Martino, 2016), o objetivo deste trabalho é investigar a apropriação do WhatsApp como plataforma para construção “narrativas mediatizadas” por romeiros em Juazeiro do Norte.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

O trabalho empírico foi realizado durante a romaria de Finados, em novembro de 2017, com emprego da etnografia tradicional (Geertz, 2014) e da netnografia (Amaral et al., 2008) como aporte metodológico.

Referencial teórico

Não existe religião sem interação, partilha ou comunhão. A comunicação é elemento indispensável tanto para a emergência quanto para a consolidação de qualquer prática religiosa. Analisadas de uma perspectiva comunicacional, as mais diversas religiões são processos contínuos de mediação nos quais ocorre uma constante partilha simbólica (Debray, 1997). Trata-se de uma mediação complexa e multimodal. Os líderes religiosos asseguram a transmissão da doutrina por meio de uma série de ritos coletivos realizados periodicamente. Os fiéis, por sua vez, se veem enredados em comunidades simbólicas responsáveis por delimitar as fronteiras entre as diversas manifestações religiosas.

Historicamente, a oralidade e a iconografia se constituíram os principais elementos comunicativos empregados para professar e transmitir a fé. Foi a invenção da prensa tipográfica de Gutenberg e a posterior impressão da Bíblia por Lutero, entre os séculos XV e XVI, que marcaram definitivamente a entrada dos aparatos midiáticos massivos no campo religioso. Desde então, mídia e religião estabeleceram uma interface definitiva a partir da qual se afetam mutuamente:

Assim como os impressos ajudaram a garantir a sobrevivência da Reforma protestante — tornando impossível suprimir as ideias de Lutero do modo como foram aniquiladas as dos hereges medievais —, também a Reforma representou um sucesso econômico para os impressores, seja com grande venda de panfletos ou, a prazo mais longo, de bíblias em vernáculo. (Briggs e Burke, 2006, p. 88).

Por cerca de 400 anos, a mídia impressa assumiu protagonismo na divulgação e propagação da fé. No século XX, a emergência dos meios eletrônicos de comunicação conduziu a união entre mídia e religião a um novo patamar. Foi a televisão, entre as décadas de 1960 e 1970, que consolidou um dos mais populares formatos de pregação religiosa: o “televangelismo” (Thomas e Lee, 2012). A transmissão do culto pela TV



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

não apenas permitiu alcançar um público ainda mais amplo e disperso geograficamente, mas também reconfigurou a celebração para se adequar ao dispositivo midiático. A duração do culto, a performance do pastor, a reação dos fiéis, a disposição dos símbolos religiosos, todos esses elementos passaram a ser detalhadamente planejados para se ajustar aos parâmetros próprios da transmissão televisiva.

Segundo Martino (2016), foi a ascensão dos televangelistas – os pastores que conquistaram fama na televisão – o fenômeno que ajudou a estimular os estudos sistemáticos sobre mídia e religião. Já nos anos 1990, a popularização dos computadores pessoais e o surgimento da *World Wide Web* deram início à integração da religião aos dispositivos comunicacionais digitais, característica que se tornou ainda mais acentuada no século XXI com a rápida penetração dos dispositivos móveis no tecido social (Castells *et al.*, 2007).

Existe hoje um relevante conjunto de investigações que se aglutinam em torno da noção de midiatização da religião, fenômeno compreendido como “a articulação de características dos meios de comunicação, com sua linguagem, seus códigos, seus limites e possibilidades de construção de mensagens nas práticas, formações e instituições religiosas” (Martino, 2016, p. 38).

De acordo com Bonin (2016, p. 215), convocar a problemática da midiatização implica “pensar o caráter configurador que assume o ecossistema midiático no funcionamento dos campos e instituições sociais; nas orientações espaço-temporais das sociedades; na constituição de modos de vida, culturas, experiências e interações”. Contudo, midiatização é um conceito polissêmico que abarca diferentes correntes de pesquisa com aporte teórico-metodológico próprio (Livingstone, 2009; Bastos, 2012; Hjarvard, 2012; Gomes, 2016). A grande dispersão conceitual pode ser um entrave ao desenvolvimento das pesquisas.

Diante da profusão de significados, torna-se importante salientar qual a perspectiva adotada. Este trabalho se filia à corrente “socioconstrutivista” da midiatização, sobretudo à perspectiva de Hepp (2014), que busca compreender o entrelaçamento constante da mídia com as práticas ordinárias. Tal proposição evita conceber a mídia como uma instituição relativamente autônoma às demais, como ocorre



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

na perspectiva “institucional” da mediatização, para compreender como os processos midiáticos e as práticas sociais cotidianas passam a se tornar indissociáveis. Além disso, a abordagem socioconstrutivista tende a atribuir grande importância às mídias digitais, sem necessariamente afastar os meios de comunicação de massa do campo de análise:

O intuito desse tipo de pesquisa é investigar a inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural como parte das práticas de comunicação cotidianas, e como a alteração dessas práticas está relacionada à construção da realidade comunicativa em mudança. Em consideração aqui está não apenas a mídia de massa *clássica*, mas especialmente a assim chamada *nova* mídia da internet e da comunicação móvel. (Hepp, 2014, p. 49)

Diante deste arcabouço teórico, a presente pesquisa se dedica a investigar a romaria católica em Juazeiro do Norte inserida num complexo processo de mediatização da religião ou, de acordo com Martino (2016, p. 32), como a “vivência de uma experiência religiosa mediada pelo ambiente da mídia”.

Metodologia e corpus de pesquisa

O percurso metodológico conjuga etnografia e netnografia como forma de compreender as dinâmicas relações entre as práticas presentes nas ruas durante a romaria e a experiência narrada pelos romeiros por meio de dispositivos móveis.

A etnografia é um método antropológico para investigar a cultura a partir da observação intensiva de grupos sociais previamente delimitados. Geertz (2014) concebe o método como uma “descrição densa” que serve de antídoto às percepções superficiais geralmente repletas de estereótipos e ideias preconcebidas. O trabalho do etnógrafo é promover um estudo aprofundado a partir das ações dos atores investigados, sempre evitando o risco de manipular os dados segundo sua própria visão de mundo. A etnografia envolve “uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e inexplicitas” (Geertz, 2014, p. 7).

Já a netnografia é a tentativa de adaptar os princípios da etnografia aos ambientes on-line. O método consiste na observação das interações entre indivíduos que



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

partilham um mesmo ambiente digital, como uma plataforma de mídia social (*Facebook, Twitter*) ou um aplicativo de troca de mensagens instantâneas (*WhatsApp*). Justamente por se apropriar de ambientes midiáticos, a netnografia apresenta restrições importantes em relação à etnografia no que diz respeito ao objeto da observação:

[...] o pesquisador deve permanecer consciente de que está observando um recorte comunicacional textual das atividades de uma comunidade online, e não a comunidade em si, composta por outros desdobramentos comportamentais além da comunicação (gestual, apropriações físicas, etc), sendo essa a principal diferença entre o processo etnográfico e a observação netnográfica. (Amaral *et al.*, 2008, p. 10)

Enquanto a etnografia permite compreender as ações dos fiéis durante a romaria – nos constantes deslocamentos que fazem parte do rito –, a netnografia possibilita verificar as interações destes mesmos romeiros no ambiente virtual.

A pesquisa foi realizada durante a romaria de Finados de 2017, compreendendo o intervalo de uma semana entre os dias 28 de outubro e 2 de novembro. Durante este período, os pesquisadores analisaram as publicações no grupo do WhatsApp “Romeiros do Padre Cícero” e acompanharam, nos percursos religiosos de Juazeiro do Norte, fiéis que fazem parte deste mesmo grupo. O método busca, portanto, articular a sobreposição de experiências típicas de um romeiro conectado, em que a ambiência on-line adiciona novas camadas de significados aos rituais religiosos.

Narrativas midiáticas

Os dispositivos móveis digitais se tornaram elemento central na relação dos fiéis com as práticas religiosas. Quase todo romeiro possui um smartphone com o qual registra e publica suas experiências⁴. A interação pode se dar com outros fiéis que estão na própria romaria ou com indivíduos fisicamente distantes. Nesta perspectiva, parece

⁴ Em janeiro de 2018, durante a Romaria de Candeias, foi realizado pelos autores deste trabalho um levantamento estatístico a partir da aplicação de questionários em uma amostra de 278 romeiros. A pesquisa indicou que 89,2% dos romeiros entrevistados utilizam os dispositivos móveis durante a peregrinação para fazer registrar fotos e vídeos e/ou interagir com outros romeiros e/ou com amigos e parentes que não estão na romaria.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

coerente dizer que a relação com as novas tecnologias comunicacionais instaura a figura de um romeiro permanentemente conectado às redes digitais ou um “fiel midiaticado” que não dissocia a celebração do compartilhamento da celebração (Satuf et al., 2017a, p. 11)

Este fiel permanentemente conectado cria continuamente narrativas midiaticadas para relatar as experiências vividas durante a romaria e interagir com outros fiéis. Ao analisar as publicações de peregrinos no tradicional percurso a Santiago de Compostela, Sousa (2016) observou a construção de narrativas multimídia publicadas em redes sociais on-line:

São narrativas em textos, vídeos e fotos pelas quais as vivências são compartilhadas. Nos comentários os membros do grupo trazem palavras de incentivo, conselhos, resgatam momentos de suas experiências etc. Em alguns casos peregrinos que estão a fazer a peregrinação naquele momento combinam encontros e trocam informações. (Sousa, 2016, p. 304)

Assim como ocorre em Santiago de Compostela, as narrativas das romarias de Juazeiro do Norte são construídas e consumidas por pessoas que estão dispersas no tempo e no espaço, consolidando uma rede de partilha simbólica a partir de uma experiência religiosa que se apropria do ambiente midiático, motivo pelo qual este artigo propõe a noção de “narrativa midiaticada” para descrever o fenômeno.

As narrativas midiaticadas podem ser apreendidas como um antídoto a determinada tendência observada nos estudos sobre midiaticação em concentrar demasiada atenção sobre as condições tecnológicas. Como adverte Carvalho (2017, p. 20), “vencer os limites do midiacentrismo requer reconhecer que as mídias são lócus de circulação de textos audioverbovisuais cujas tramas de significado têm muito a esclarecer sobre a midiaticação e seus riscos inerentes de abordagens midiacentradas”.

No grupo de WhatsApp “Romeiro do Padres Cícero”⁵, é possível observar a construção destas narrativas midiaticadas. Em postagem do dia 31 de outubro de 2017,

⁵Os pesquisadores foram adicionados ao grupo e tiveram autorização dos administradores para utilizar as imagens na pesquisa. Os pesquisadores informaram publicamente, por meio de mensagem de



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

durante a pesquisa de campo, foi possível observar alguns romeiros que simultaneamente publicavam mensagens no grupo do WhatsApp e peregrinavam pelas ruas de Juazeiro do Norte.

Em certo momento, um dos fiéis se aproximou de um pau-de-arara, meio de transporte típico de romeiros, mas atualmente considerado ilegal e alvo de fiscalização constante da Polícia Rodoviária. Este romeiro, original da cidade de Petrolândia (PE), subiu na carroceria do caminhão para tirar uma foto, logo postada no grupo de WhatsApp. A imagem foi acompanhada do seguinte texto: “Achei esse pau de arara. E subi matar a saudade. porque não volta logo meu padrinho a nos rodar nesse transporte” [sic] (Figura 1).

Logo em seguida, diversas manifestações em áudio e texto foram postadas em resposta à foto. Numa delas, um fiel que não acompanhava a romaria *in loco*, se apropriou da fotografia postada no grupo para saudar as antigas peregrinações realizadas no pau-de-arara: “Eeeita saudades... Legítimo transporte de romeiros... Pena q para interestadual n pode transportar” [sic].

Figura 1 – Exemplo de construção de narrativa midiaticada no grupo “Romeiros do Padre Cícero” no WhatsApp
Figure 1 - Example of construction of mediated narrative in the group "Romeiros do Padre Cícero" in WhatsApp

texto postada no grupo, os objetivos da investigação científica. Por princípio ético, foram inseridas tarjas pretas sobre os nomes e telefones dos membros do grupo nas imagens reproduzidas neste trabalho.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais



Fonte: Reprodução WhatsApp

Este exemplo demonstra a narração da fé em ambiente midiaticado e como ela se diferencia de outros modos de se relacionar com a religião. O deslocamento dos corpos típico das romarias agora se faz acompanhar de tecnologias que reconfiguram a experiência. No passado, a construção da memória (as percepções e os registros das romarias) ocorria bem antes da narração desta memória para terceiros, ou seja, primeiro vinham as experiências sensoriais típicas da peregrinação e, somente decorrido um hiato temporal significativo (dias, semanas, eventualmente meses), havia a narrativa destas experiências vividas.

Portanto, pode-se argumentar que a configuração sociotécnica contemporânea, ao permitir a produção e circulação imediata de narrativas midiaticadas, atua sobre a experiência religiosa à medida que afeta as dinâmicas espaço-temporais da romaria. O fiel midiaticado articula a vivência religiosa numa ambiência digital (Martino, 2016), que o transforma em uma espécie de corpo-mídia construído pela conexão simultânea entre espaços os sagrados e as redes digitais.

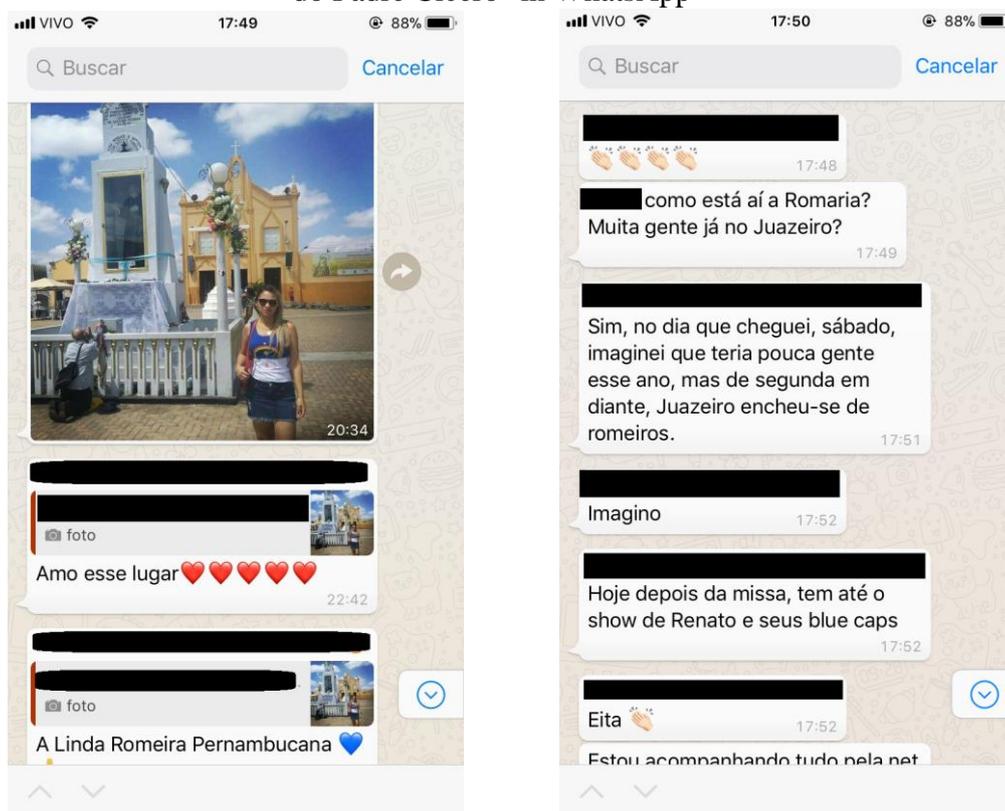


II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Durante a pesquisa de campo foi possível perceber que as narrativas se sobrepõem, criando uma densa rede de interações diferidas e difusas. Enquanto alguns saudavam o pau-de-arara (Figura1), outros membros do mesmo grupo de WhatsApp interagem com uma romeira que postou uma foto diante da Capela do Socorro (Figura 2), outro ponto de intensa devoção por ser o local onde estão sepultados os restos mortais do Padre Cícero.

Figura 2 – Exemplo de construção de narrativa midiaticada no grupo “Romeiros do Padre Cícero” no WhatsApp

Figure 2 - Example of construction of mediated narrative in the group "Romeiros do Padre Cícero" in WhatsApp



Fonte: Reprodução WhatsApp

Em poucos minutos são publicadas mensagens em resposta à foto: “Amo esse lugar”, “A linda romeira Pernambucana”, seguidos de um curto diálogo entre a própria romeira que está em Juazeiro do Norte e um fiel que não participa fisicamente da peregrinação:



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

- *“Como está a Romaria? Muita gente já no Juazeiro?”*
- *“Sim, no dia que cheguei, sábado, imaginei que teria pouca gente esse ano, mas de segunda em diante, Juazeiro encheu-se de romeiros”*
- *“Imagino”*
- *“Hoje depois da missa, tem até show de Renato e seus blue caps” [sic]*
- *“Estou acompanhando tudo pela net.”*

Este breve diálogo traz novos indícios sobre a mediação da religião. O fiel que não está em Juazeiro do Norte anuncia que acompanha tudo “pela net”. Missas e procissões são transmitidas ao vivo pelos canais on-line da Basílica Nossa Senhora das Dores, uma igreja tradicional da cidade que se adaptou ao ambiente mediado (SATUF et al, 2017b). As narrativas mediadas se caracterizam por criar composições midiáticas adaptadas a contextos comunicacionais típicos da comunicação digital e ubíqua.

No exemplo da Figura 2, uma romeira que está em Juazeiro do Norte usa o smartphone para se fotografar, postar a imagem em um app, o WhatsApp, e trocar impressões sobre a peregrinação com um fiel que está distante, mas que acompanha missas e procissões transmitidas pela própria Igreja Católica nas redes sociais. Narrativas mediadas como esta podem ser vistas como a materialização de uma composição midiática ou o que Sbardelotto (2016, p. 424) denomina “dispositivo conexal”: um “complexo de inter-relações entre interfaces, protocolos e reconexões” que “condicionam e condensam, respectivamente, as práticas religiosas e a reconstrução do ‘católico’ em redes comunicacionais online”.

Outra característica desse tipo de narrativa é a presença de práticas sagradas e profanas num mesmo ambiente. A romeira faz referência a um show musical da banda “Renato e Seus Blue Caps” que vai acontecer “depois da missa” para explicar ao interlocutor como está a romaria. Este tipo de interação é corriqueira no grupo de WhatsApp pesquisado, como se não existisse qualquer barreira entre o sagrado e



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

profano. Orações se misturam a dicas de restaurantes sem despertar qualquer mal-estar entre os participantes.

Por fim, pode-se ver que a narrativa da fé em ambiente midiaticado apresenta um caráter cíclico típico da ritualização religiosa. Os fiéis articulam pelo WhatsApp a ida ao local sagrado, narram toda a experiência religiosa na cidade e se despedem com a promessa de retornar. A Figura 3 mostra um fiel que posta uma foto de dentro do ônibus no início do trajeto de volta para casa, acompanhado de um texto explicita o desejo de regresso: “Eee chegou a hora adeus adeus maria.. ate para o ano que vem” [sic].

Figura 3 – Exemplo de construção de narrativa midiaticada no grupo “Romeiros do Padre Cícero” no WhatsApp
Figure 3 - Example of construction of mediated narrative in the group "Romeiros do Padre Cícero" in WhatsApp



Fonte: Reprodução WhatsApp



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Considerações finais

Este trabalho apresentou uma investigação que integra métodos etnográficos tradicionais e a netnografia para dar conta de uma configuração midiática cada vez mais complexa. Para entender as relações sociais contemporâneas é preciso criar mecanismos que permitam lidar com diferentes camadas de experiência sensorial e midiática que se afetam mutuamente.

A pesquisa empírica indicou a reestruturação espaço-temporal da romaria. Surgem novas articulações entre territórios e temporalidades que afetam a experiência de quem está no local sagrado e também de quem não está, mas acompanha a peregrinação por meio das redes digitais. A investigação demonstrou que o ambiente midiático torna indissociável a experiência e a narração da experiência. Dito de outra forma, viver a romaria passou a ser sinônimo de narrar a romaria. O fiel midiático parece não conceber outra forma de experiência.

O estudo também indicou que a narrativa midiática apresenta uma “sequencialidade circular”: início, meio e fim são efeitos retóricos para enunciar a promessa de retorno. Diante de todas as evidências apontadas neste trabalho, a narrativa midiática parece ser ela própria um rito religioso, ao atuar como reforço permanente da comunhão entre os fiéis. Um aparato midiático cada vez mais complexo serve de “dispositivo conexial” (Sbardelotto, 2016) ao movimento permanente de peregrinação, que mantém coeso o espírito comunal mesmo fora dos períodos de romaria.

Do ponto de vista teórico-metodológico, as narrativas midiáticas, ao ajustar o foco sobre as “textualidades” da comunicação, podem ser utilizadas como aporte conceitual e operacional eficiente contra o recorrente midiacentrismo das pesquisas em mídia (Carvalho, 2017). Apesar dos resultados obtidos, convém destacar que este estudo se concentra num fenômeno religioso específico – as romarias católicas a Juazeiro do Norte – e não pode ser replicado a outros contextos de forma indiscriminada.

Além disso, o estudo empírico abordou somente uma plataforma, o WhatsApp, que possui características bastante diferentes de outras plataformas digitais on-line.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Portanto, estudos futuros devem se somar a este para melhor compreensão de outras manifestações religiosas e, igualmente, de outros ambientes midiáticos.

Referências

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Cadernos da Escola de Comunicação*, v. 1, n. 6, 2008, p. 1-12.

BASTOS, M.T. Medium, media, mediação e midiatização: a perspectiva germânica. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, Nilda (Orgs.). *Mediação & Midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 53-77.

BONIN, Jane. Questões metodológicas na construção de pesquisas sobre apropriações midiáticas. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (orgs.). *Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas*, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016, p. 213-234.

BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

CARVALHO, C.A. Midiatização: investigações brasileiras e europeias e o midiacentrismo. In: CARVALHO, C.A. (org.). *Midiatização e textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas*. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017, p. 19-40.

CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÉVOL, M.; QIU, J.L.; SEY, A. *Mobile communication and society: a global perspective*. Cambridge: MIT Press, 2007.

CORDEIRO, M.P.J. *Entre chegadas e partidas: dinâmicas das romarias em Juazeiro do Norte*. 2010. Tese (Doutorado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

DEBRAY, R. *Transmitir*. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 1997.

GASPARETTO, P.R. *Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento*. São Paulo: Paulinas, 2011

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 23, n. 2, 2016.

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.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

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

THOMAS, P. N.; LEE, P. *Global and local televangelism: an introduction*. In: THOMAS, P. N.; LEE, P. (Eds.). *Global and Local Televangelism*. Palgrave Macmillan UK, 2012. p. 1-17.

LIVINGSTONE, S. On the mediation of everything. *Journal of Communication*, Vol. 59, p. 1-18, 2009.

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

SBARDELOTTO, M. *"E o verbo se fez rede": uma análise da circulação do "católico" em redes comunicacionais online*. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.

SATUF, I.; DIAS, C.R.A.; SILVA, J.E.F. Da fé mediada ao fiel midiado: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte. In: *Anais do XIII ENECULT*, 2017a, p. 1-15.

SATUF, I.; SANTOS, M.; ROQUE, R.; LIMA, D.M. Uma igreja nas redes sociais: a mídiação da religião em Juazeiro do Norte. *Cambiassu: estudos em comunicação*, v. 13, p. 121-135, 2017b.

SOUSA, M. T. As primeiras pistas no/do caminho: inferências iniciais de uma pesquisa sobre a mídiação da peregrinação a Santiago de Compostela. In: *Anais do I Seminário Internacional de pesquisas em mídiação e processos sociais*, 2016, p. 291-312.