



**Romeiros no WhatsApp: a narração da fé em ambiente
mediatizado¹**
**Pilgrims on WhatsApp: the narration of faith in a mediatized
environment**

Ivan Satuf²

Robson Roque³

Mychelle Santos de Oliveira⁴

Palavras-chave: midiatização; religião; romaria; Juazeiro do Norte.

1. Síntese da proposta

As tecnologias comunicacionais móveis e as redes digitais de conexão atuam sobre as práticas religiosas e os rituais de devoção. Estudos no campo da midiatização da religião identificam transformações significativas no interior das mais diversas crenças decorrentes de uma conexão instantânea e potencialmente ubíqua. O presente trabalho se concentra numa manifestação religiosa específica – a romaria – para

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Professor na área de convergência de mídias do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI/Portugal). Pesquisador vinculado à unidade internacional de investigação LabCom.IFP (UBI/FCT) e ao Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo - CEPEJor (CNPq/UFCA). ivan.satuf@ufca.edu.br

³ Graduando de Jornalismo na Universidade Federal do Cariri (UFCA) e em História pela Universidade Regional do Cariri (URCA). Pós-graduado em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Universidade Estácio de Sá (UNESA). Bolsista de iniciação científica do CNPq, desenvolvendo pesquisa sobre mídia, religião e sociedade. jornalismoRobson@gmail.com

⁴ Estudante do curso de jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Atualmente, é pesquisadora de iniciação científica com bolsa do CNPq vinculada ao projeto 'A midiatização da fé: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte'. Integra a Pastoral de Comunicação (PASCOM) da Diocese de Crato-CE, onde desenvolve atividades de produção de texto e imagem. mychellesantos14@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

compreender como o emprego de smartphones atua sobre a experiência dos fiéis. O objetivo principal do trabalho é investigar a emergência de narrativas midiáticas criadas pelos romeiros a partir do compartilhamento de material multimídia em um grupo do aplicativo móvel WhatsApp. A pesquisa de campo foi realizada durante uma das maiores romarias de Juazeiro do Norte, cidade com forte vocação religiosa localizada na região do Cariri cearense.

2. 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 religiões.

Historicamente, a oralidade e na iconografia foram os principais elementos comunicativos empregados em cerimônias religiosas. 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. Como explicam Briggs e Burke (2006), 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 idéias 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).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

De fato, mídia e religião caminham juntas há mais de 400 anos, mas foi no século XX, com a emergência dos meios eletrônicos de comunicação, que a união tomou uma dimensão ainda mais relevante. Foi a televisão, entre as décadas de 1960 e 1970, que consolidou um dos mais populares formatos de pregação religiosa: o televangelismo (THOMAS; LEE, 2012). A transmissão do culto pela TV não apenas permitiu alcançar um público mais amplo e disperso geograficamente, mas também reconfigurou a celebração para se adequar ao dispositivo midiático. O tempo do culto, a performance do pastor, a reação dos fiéis, a disposição dos símbolos religiosos, tudo passou a ser planejado com vistas à transmissão televisiva.

Segundo Martino (2006), foi a ascensão dos televangelistas – os pastores que conquistaram fama na televisão – que despertou 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).

Hoje, existe um relevante conjunto de investigações que se aglutinam em torno da noção de mediação da religião, “entendida 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).

Mediação é um conceito polissêmico que abarca diferentes correntes de pesquisa com aporte teórico-metodológico próprio (LIVINGSTONE, 2009; BASTOS, 2012; HJARVARD, 2012). Este trabalho se filia à corrente “socioconstrutivista” da mediação, 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 Mídia e Processos Sociais

na perspectiva “institucional” da mídiatização, 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. (HEEP, 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 mídiatização da religião ou, de acordo com Martino (2016, p. 32), como “uma vivência de uma experiência religiosa mediada pelo ambiente da mídia”.

3. 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 a etnografia 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



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

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 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 tem um caráter distinto da metodologia na qual busca inspiração:

[...] 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 período de uma semana entre os dias 28 de outubro e 2 de novembro. Neste intervalo, 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.

4. Narrativas midiáticas

Os dispositivos digitais móveis se tornaram elemento central na relação dos fiéis com as práticas religiosas. Quase todo fiel possui um smartphone com o qual registra e publica suas experiências, que logo em seguida se tornam elementos de interação com outras pessoas. A interação pode se dar com outros fiéis que estão na própria romaria ou



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

com indivíduos que estão fisicamente distantes. A relação com as novas tecnologias comunicacionais instaura a figura de um fiel permanentemente conectado às redes digitais: “Para o fiel midiaticado, estar na celebração é sinônimo de compartilhar a celebração. A experiência sensorial direta ganha agora a companhia da pequena tela que está constantemente na mão, pronta para captar, distribuir e receber arquivos digitais.” (SATUF et al., 2017, p. 11)

É este fiel permanentemente conectado que cria narrativas midiaticadas para simultaneamente 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)

As narrativas são consumidas por pessoas que estão dispersas no tempo e no espaço, consolidando uma rede de partilha simbólica a partir de uma experiência religiosa midiaticada.

No grupo de WhatsApp “Romeiro do Padre Cícero”, é possível observar a construção de narrativas midiaticadas. Numa postagem do dia 31 de outubro, durante a pesquisa etnográfica, foi possível observar alguns romeiros que participam do grupo pelas ruas de Juazeiro do Norte. Em dado momento, um dos fiéis se aproxima de um pau-de-arara, meio de transporte típico para transporte de romeiros, mas atualmente considerado ilegal e alvo de fiscalização constante da Polícia Rodoviária. Um dos romeiros, original da cidade de Petrolândia (PE), sobe na carroceria do caminhão para tirar uma foto, logo postada acompanhada do seguinte texto: “Achei esse pau-de-arara. E subi matar a saudade. Porque não volta logo meu padrinho a nos rodar nesse



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

transporte (SIC)”. Diversas respostas são postadas em resposta à foto, numa delas, um fiel que não acompanha a romaria *in loco*, usa a imagem para saudar as antigas peregrinações: “Eeeita saudades... Legítimo transporte de romeiros... Pena q para interestadual não pode transportar (SIC)” (Figura 1).

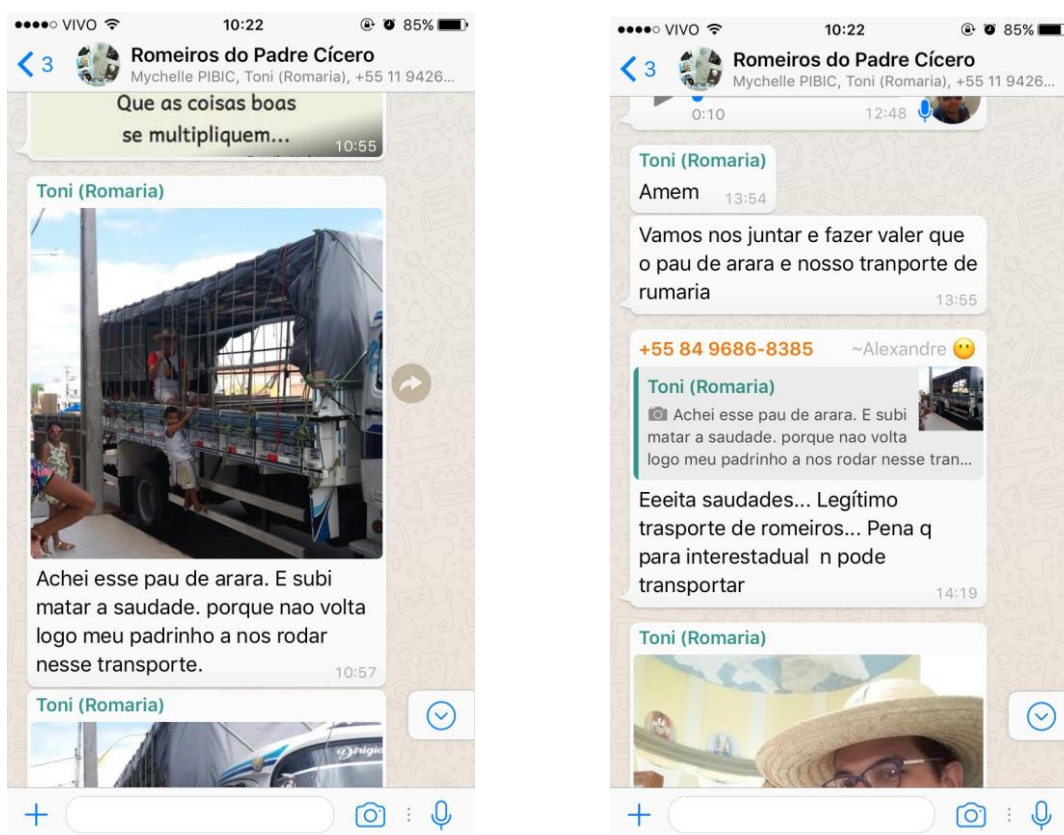


Figura 1 – Exemplo de construção de narrativa midiatizada no grupo “Romeiros do Padre Cícero” no WhatsApp. Fonte: Reprodução WhatsApp.

Este exemplo demonstra a narração da fé em ambiente midiatizado. Há mais de cem anos, milhares de romeiros são atraídos ao município para reverenciar Padre Cícero, figura influente na fé sertaneja. No século XXI, contudo, as tradicionais romarias ganham novas camadas de experiência em virtude da conexão quase permanente dos fiéis por meio de seus smartphones. Dentro das igrejas, durante os



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

cortejos e em qualquer lugar compreendido como sagrado é possível se observar romeiros com seus telefones nas mãos. Eles fotografam, filmam, partilham em redes sociais on-line, conversam por plataformas de mensagens instantâneas. A experiência religiosa está inserida num contexto de hiperconexão digital, em que cada romeiro se torna um nó em um emaranhado complexo por onde circulam, lado a lado, o sagrado e o profano.

Referências bibliográficas

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 mediatização: a perspectiva germânica. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, Nilda (Orgs.). *Mediação & Mediatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 53-77.

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

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

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

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

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

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.



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

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

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

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.