



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

---

### **A romaria on-line: as narrativas do fiel mediatizado nas romarias de Juazeiro do Norte**

### **An online pilgrimage: the narratives of the faithful mediatized in the pilgrimages of Juazeiro do Norte**

Davi Moreira Lima  
Francisco Robson Pereira Robson Roque  
Mychelle Santos de Oliveira

**Palavras-chave:** Juazeiro do Norte; Romarias; Mediatização.

#### **Introdução**

Juazeiro do Norte, localizada no sul do estado do Ceará, é um dos principais destinos de peregrinação religiosa do país. Centradas na icônica figura do Padre Cícero, as romarias trazem à cidade cerca 2,5 milhões de fiéis anualmente. Estas romarias ocorrem durante todo o ano, mas se concentram principalmente em 4 datas específicas. São elas: Romaria de Nossa Senhora das Candeias, realizada no final de janeiro; Aniversário de Nascimento de Padre Cícero, 24 de março; Romaria de Nossa Senhora das Dores, entre os dias 8 e 15 de setembro e Romaria de Finados, cuja data coincide com o feriado nacional do Dia de Finados.

Apesar do caráter sacro da peregrinação, é possível notar, com cada vez mais intensidade, o uso de aparelhos móveis de comunicação pelos fiéis. Munidos de seus *smartphones*, eles gravam em áudios, fotos e vídeos, todo o roteiro da viagem, compartilhando todos os seus passos com aqueles que não puderam comparecer à romaria. A presença deste “Fiel Mediatizado” (SATUF, et al., 2017), foi constatada através da pesquisa “A mediatização da fé: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte”, realizada entre os anos de 2017 e 2018.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

---

O objetivo deste trabalho é, a partir dos dados coletados na pesquisa, fazer apontamentos sobre como o processo de mediação afeta a vivência da fé dos romeiros de Juazeiro do Norte, e como estes se articulam em comunidades a partir das possibilidades oferecida pelo uso das novas tecnologias de comunicação.

### **Referencial Teórico**

Com o desenvolvimento e popularização da internet, “a rede mundial de computadores tornou-se uma ferramenta comunicacional fundamental de existência e manutenção das atividades religiosas na sociedade atual” (MIKLOS, 2012, p. 41). Esta mudança de paradigma social, por meio da adequação das práticas da fé, que passa a ser vivida tendo a mídia como ambiente central, é o que Martino (2006) entende como o processo de “mediação da religião”.

Esta mudança, no entanto, não acontece da noite para o dia. Segundo Hepp (2014), a mediação da sociedade é um processo de longo prazo que está relacionado, por um lado, pela mudança da mídia e do próprio processo de comunicação, e a mudança das práticas sociais e culturais, por outro. Segundo o autor, este é um processo cumulativo, marcado pelo desenvolvimento e presença cada vez maior dos meios de comunicação na sociedade. É importante salientar, porém, que assim como “diferentes mídias moldam a comunicação de formas diversas” (HEPP, 2014, p. 51), o contexto social, econômico e cultural tem profundos impactos nas relações entre indivíduos e mídia.

Na sociedade mediada, a fé é praticada de forma mais individual, onde cada fiel cria uma religiosidade própria, à revelia das doutrinas oficiais, numa espécie de “bricolagem religiosa” (HERVIEU-LÉGER, 2008). Ainda que estes fieis mediados estejam isolados, o sentimento de comunhão ainda parte deste novo modelo de prática da fé. A igreja dá lugar ao ciberespaço como ambiência de comunhão e partilha. Assim, a distância não é mais uma preocupação, já que “um fiel do interior da Amazônia, por



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

---

exemplo, já não precisa se deslocar até a Basílica de São Paulo para fazer suas orações” (SBARDELOTTO, 2012, p. 148).

A fé midiaticizada tampouco perde seu sentido. No contexto das romarias de Juazeiro do Norte, o fiel está em constante articulação com uma rede de atores, que ao acompanhar todo o conteúdo midiático produzido na peregrinação, sente-se parte dela. “A experiência de estado alterado e êxtase místico é substituída por experiências espectrais online” (MIKLOS, 2012, p. 118). Nesta nova configuração de sociedade midiaticizada, estar conectado passa a ser sinônimo de existir. “É porque querem existir que muitas pessoas se submetem à superexposição de suas vidas” (KLEIN, 2007, p. 12).

Essa exposição é bem representada nas narrativas produzidas nas mídias sociais digitais. A partir destas narrativas, compostas de fotos, vídeos, áudios e textos, o fiel constrói sua identidade na rede. Registros pessoais deixam o âmbito do privado, e passam a circular livremente, podendo ser acessado, reproduzido, compartilhado. (SIBILIA; DIOGO, 2011). A sociedade midiaticizada borra os limites entre o público e o privado. Momentos íntimos são compartilhados sem receio algum, “ao contrário disso, costuma até provocar uma agradável sensação de sucesso a quem produziu ou protagonizou” (SIBILIA; DIOGO, 2011, p. 134).

### **Metodologia**

O percurso metodológico utilizado para a obtenção de dados que resultaram neste trabalho foi dividido em duas partes, que se complementam: aplicação de questionários e entrevistas semiestruturadas. Embora não se relacione diretamente com os dados que serão apresentados, é válido incluir uma etapa de observação direta, que produziu questionamentos, que por sua vez culminaram na elaboração das duas outras etapas. A pesquisa empírica foi feita entre os meses de novembro de 2017 e março de 2018.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

---

Para a primeira etapa, foi elaborado um questionário contendo 12 perguntas que objetivavam investigar o uso dessas tecnologias e quais perfis de romeiros teriam um “grau de mediação” mais “elevado”. Os questionários foram aplicados durante a romaria de Candeias, em janeiro de 2018, em vários locais tradicionalmente frequentados pelos fiéis. A amostra selecionada, composta por 278 romeiros, foi determinada para garantir um erro amostral de 5% e nível de confiabilidade de 90%, tendo como referência o histórico do número de romeiros que participam da romaria, que varia entre 200 mil e 400 mil pessoas.

Esta etapa mostrou a existência de um perfil de “fiel mediado”, e que este fiel faz intenso uso de redes sociais e aplicativos de mensagens para compartilhar seus registros. Em seguida, a partir dos perfis de idade e escolaridade, identificados como os fatores que mais tem efeito sobre o uso de tecnologias de comunicação móveis, foi criado um roteiro de entrevista semiestruturada contendo 11 perguntas, porém, tendo o pesquisador liberdade para formular novos questionamentos a partir das respostas. Foram entrevistados 13 fiéis durante a romaria de Semana Santa, em março de 2018. Estas entrevistas buscaram entender as percepções dos romeiros sobre os usos dos smartphones durante a peregrinação, bem como suas motivações para fazê-lo.

### **Principais Resultados**

A primeira etapa da pesquisa revelou um alto índice de uso de *smartphones* durante a romaria. Dos 278 entrevistados, 89,2% afirmaram positivamente para a prática. Ao assumir este uso, os fiéis se mostraram receosos, principalmente quando o ambiente era a igreja, especialmente durante as celebrações. Ainda assim, 65,1% dos romeiros fazem uso do celular dentro dos templos e locais sagrados. Registrar a viagem é, sem dúvida o principal uso dos aparelhos. Dentre os romeiros que afirmaram usar o celular durante a peregrinação 79,5% costumam fazer fotografias, 48,2% gravam vídeos e 64,4% enviam mensagens de texto ou de voz.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

---

Foi observado ainda uma necessidade de compartilhamento deste conteúdo pelos romeiros, já que em 90% dos casos os registros são compartilhados para amigos e familiares. Este compartilhamento acontece principalmente por meio de sites como o Facebook e aplicativos de mensagens, como o *WhatsApp*. Este último é uma ferramenta que tornou-se fundamental para a articulação dos romeiros, tanto na organização da caravana, quanto no contato entre os peregrinos com seus pares e também com seus familiares. “Viver a romaria passou a ser sinônimo de narrar a romaria” (Satuf *et al*, 2018).

Conforme as observações feitas durante as duas etapas de entrevistas (estruturadas e semiestruturadas), notou-se que o ato de compartilhar os registros feitos durante a romaria é uma necessidade do próprio romeiro, principalmente entre os mais jovens e mais integrados com as ferramentas sociais oferecidas pelos *smartphones*. Através da rede, ele se vê imerso numa busca incessante de construção de sua identidade enquanto romeiro. Ele o faz enquanto torna público seus registros. “A foto é considerada um documento que certifica a pré-existência do objeto representado: de algum modo, a câmera o fixa e o imortaliza” (SIBILIA; DIOGO, 2011, p. 129).

Para os romeiros, vir a Juazeiro do Norte é uma experiência de devoção, feita várias vezes durante a vida. Entretanto, há momentos em que a viagem não é possível. É neste momento que o registro feito pelos fiéis em romaria ganha mais importância. Seja em grupos de família no *WhatsApp*, ou pelo *Facebook*, estes romeiros podem acompanhar toda a peregrinação a partir das fotos e vídeos compartilhados. E não só isso, eles se sentem parte da romaria. Este fiel, “confiante na promessa desses espaços religiosos online, espera poder encontrar a mesma experiência do transcendente por meio dos pixels da tela de um computador” (SBARDELOTTO, 2010, p. 08).



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais



**Figura 1:** Registro de conversas entre romeiros integrantes do grupo de *WhatsApp* “OficialRomeirosdPe.Cicero”.

Fonte: reprodução do *WhatsApp*

### Considerações Finais

A realidade que o presente trabalho apresenta é a de um “fiel midiaticado” que está muito bem adaptado as práticas midiáticas digitais, e se apropria da tecnologia para viver a sua fé e construir sua identidade enquanto romeiro. Mesmo quando incapaz de fazer a peregrinação, este romeiro está conectado com seus pares, consumindo conteúdo gerado por aqueles que puderam ir a Juazeiro do Norte. Os *smartphones* fazem parte da realidade destes romeiros, embora não se dê de forma igual para todos. “É possível hoje objetivar e fazer circular imagens (referenciais ou imaginárias), sons e, particularmente, ‘experiência’” (BRAGA, 2006, p. 19).



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

---

Este trabalho é apenas um recorte, e apresenta dados sobre uma pesquisa realizada com peregrinos católicos, na cidade de Juazeiro do Norte, portanto, seus resultados estão limitados a este contexto, não podendo ser generalizados. Como aponta Hepp (2014) com seu conceito de “mundos mediatizados”, cada recorte oferece um universo próprio, com relações, complexidades e características próprias, no tocante ao fenômeno da mediatização.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

---

### Referências bibliográficas

BRAGA, J. L. **Mediatização como processo interacional de referência**. Animus, Santa Maria, RS, v. 5, n. 2, p. 9-35, 2006.

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

HERVIEU-LÉGER, D. **O peregrino e o convertido: a religião em movimento**. Petrópolis: Vozes, 2008.

KLEIN, A. **Imagens de Culto e Imagens da Mídia**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2007.

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

MIKLOS, J. **Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos na cibercultura**. São Paulo, SP: Ideias & Letras, 2012.

SATUF, I.; DIAS, R. A.; SILVA, E. F. da. **Da fé mediada ao fiel mediatizado: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte**. In: Anais do XIII Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – ENECULT, Salvador, 2017.

SATUF, I.; ROQUE, R.; SANTOS, M. Romeiros no whatsapp: a narrativa da fé em ambiente mediatizado. In Anais do II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processo Sociais, São Leopoldo, 2018.

SBARDELOTTO, M. **Interações em rituais online católicos**. In: Mídias sociais: saberes e representações. RIBEIRO, José Carlos; FALCÃO, Thiago; SILVA, Tarcísio (orgs.). Salvador, BA: UFBA, 2012.

SIBILIA, P.; DIOGO, L. Vitrines da Intimidade na Internet. **Estudos de Sociologia**, v. 16, n. 30, p.127-139, 2011.