



UMA IGREJA NAS REDES SOCIAIS: a midiatização da religião em Juazeiro do Norte

Ivan SATUF⁶⁰

Mychelle SANTOS⁶¹

Robson ROQUE⁶²

Davi Moreira LIMA⁶³

RESUMO: O artigo promove um estudo de caso da Basílica Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte (CE), no intuito de investigar o processo de midiatização da religião com foco na utilização das redes sociais on-line. O objetivo é verificar como a igreja em questão adequa sua estrutura física e suas rotinas para interagir com os fiéis dispersos no espaço e no tempo. A pesquisa de campo empregou entrevistas semiestruturadas e observação direta que permitiram verificar uma adaptação das práticas religiosas ao ecossistema midiático contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE: Midiatização. Religião. Juazeiro do Norte. Redes Sociais.

ABSTRACT: This article promotes a case study of the Basílica Nossa Senhora das Dores, in Juazeiro do Norte (CE), to investigate the process of mediatization of religion based on the use of online social networks. It aims to verify how the church in question adapts its physical structure and its routines to interact with the devotees dispersed in space and time. The field research employed semi-structured interviews and direct observation that allowed to verify an adaptation of the religious practices to the contemporary media ecosystem.

KEYWORDS: Mediatization. Religion. Juazeiro do Norte. Social Network.

1. Introdução

⁶⁰ Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Doutor em Ciências da Comunicação e coordenador do projeto de pesquisa “A midiatização da fé: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte” (PIBIC/CNPq).

⁶¹ Estudante do 4º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Bolsista de iniciação científica (PIBIC/CNPq).

⁶² Estudante do 6º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Bolsista de iniciação científica (PIBIC/CNPq).

⁶³ Estudante do 6º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA).

Tradicionalmente, na maior parte das práticas religiosas, a relação dos seres humanos com as entidades divinas ocorre em circunstâncias e locais relativamente bem definidos. Para o católico, por exemplo, a igreja é o espaço privilegiado de conexão com o sagrado. A presença física do fiel neste ambiente transcendental é importante para estabelecer contato com uma série de elementos que atuam na intermediação com a dimensão espiritual: o padre, as imagens, as orações coletivas, o cálice, a hóstia, etc.

Atualmente, parte significativa da experiência religiosa ocorre no ambiente on-line. Em frente ao computador ou com o smartphone na palma da mão, o fiel pode assistir à missa e interagir com outras pessoas durante a transmissão. Quando duas entidades aparentemente tão distintas quanto uma religião milenar e o novo ecossistema midiático digital começam a se aproximar até o ponto de se afetarem mutuamente, surgem questões complexas e de grande interesse para o campo de estudos da mídia.

Segundo Martino (2016), os estudos sobre mídia e religião no Brasil iniciaram sua trajetória nos anos 1960 e ganharam corpo nas décadas seguintes com foco na utilização dos meios de comunicação de massa por igrejas e líderes religiosos. Entretanto, os estudos dirigidos à mídia massiva perdem terreno nos anos 2000 para pesquisas sobre as mídias digitais que exploram fenômenos como a devoção on-line. Neologismos como “ciberteologia” (SPADARO, 2012) e “ciber-religião” (MIKLOS, 2012) foram cunhados na tentativa de denominar as reconfigurações das práticas religiosas por meio da internet.

Hoje, as mídias digitais estimulam um amplo processo de midiaticização da sociedade que afeta os mais diversos processos interacionais, incluindo o campo religioso (MARTINO, 2016). O presente artigo se associa à perspectiva da “midiaticização da religião” para realizar um estudo de caso sobre a Basílica Nossa Senhora das Dores, situada em Juazeiro do Norte, na região do Cariri cearense.

Segundo Hjarvard (2012, p. 61), midiaticização se refere a uma nova fase no desenvolvimento da sociedade, na qual “os meios de comunicação exercem uma influência particularmente predominante em outras instituições sociais”. Hepp (2014) afirma que esta é uma perspectiva “institucional” da midiaticização e propõe uma outra abordagem, denominada de socioconstrutivista. Nesta corrente, midiaticização se refere a um processo mais disperso no tecido social – e não mais restrito às instituições – em que as novas tecnologias comunicacionais assumem protagonismo no cotidiano como agentes “da inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural” (HEPP, 2014, p. 49).

O problema de pesquisa se concentra na utilização da mídia digital como meio de interação entre práticas religiosas e pessoas que estão fisicamente dispersas no tempo e no espaço. Afinal, como a Basílica se articula para alcançar os fiéis num contexto de ubiquidade comunicacional? A partir desta pergunta central, o objetivo da pesquisa é verificar como a igreja em questão adapta tanto as estruturas físicas quanto as rotinas para se adequar ao contexto de crescente midiaticização da religião. A pesquisa ajusta o foco sobre as redes sociais on-line, plataformas que atuam na circulação de conteúdos religiosos.

O artigo está estruturado em quatro partes. A primeira apresenta o referencial teórico sobre midiaticização da religião com destaque para formulações conceituais e empíricas sobre o emprego das mídias digitais nos ritos religiosos. Em seguida, explicita-se a escolha do objeto empírico e do percurso metodológico, baseado em um estudo de caso com emprego de entrevistas semiestruturadas e observação direta. A terceira parte se concentra na descrição dos elementos que demonstram a midiaticização das práticas religiosas na Basílica Nossa Senhora das Dores. Por fim, a quarta parte analisa o fenômeno a partir do cruzamento das falas dos entrevistados no intuito de verificar como o processo é percebido pelos próprios atores envolvidos.

Cabe destacar que o presente artigo apresenta resultados parciais obtidos na fase inicial de uma pesquisa mais ampla e ainda em andamento, intitulada “A midiaticização da fé: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte”. O objetivo é compreender as relações entre tecnologias digitais móveis e experiência religiosa, buscando identificar como smartphones, plataformas on-line e redes de conexão agem sobre o cotidiano dos romeiros, seja impondo transformações sobre práticas anteriores ou simplesmente reforçando tradições culturalmente estabelecidas. A equipe de investigação é composta pelos quatro coautores deste trabalho⁶⁴ e conta com apoio do CNPq por meio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC). O cronograma desta pesquisa mais ampla compreende o período de 1 ano, entre agosto de 2017 e julho de 2018.

2. Referencial teórico

A mídia permeia a experiência religiosa de várias formas, transformando as lógicas de produção de significado tanto dos fiéis quanto das instituições: desde a transmissão da Missa

⁶⁴ A equipe também conta com a colaboração voluntária da pesquisadora Débora Silva Costa, professora substituta do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri, cujas pesquisas abordam a interface entre comunicação e religião.

do Galo feita pela Rede Globo na véspera do Natal, até aplicativos para smartphones que trazem à palma da mão a leitura da Bíblia. Com as tecnologias de conexão, “um fiel do interior da Amazônia, por exemplo, já não precisa se deslocar até a Basílica de São Paulo para fazer suas orações” (SBARDELOTTO, 2012, p.148).

Segundo Costa (2016), esse processo de convergência entre mídia eletrônica e religião teve seu início nos Estados Unidos, na década de 1920. Ainda no rádio, denominações religiosas usaram dessa tecnologia para espalhar suas doutrinas. Na década de 1950, o surgimento da televisão criou um terreno fértil para os chamados “televangelistas”, como Billy Graham, Oral Roberts e Jerry Falwell. No Brasil, esse movimento ganha força entre os anos 1960 e 1970 com a chamada “segunda onda” do protestantismo (MARTINO, 2016), mas apenas em 1989, com a aquisição da então Rede Record de Televisão (hoje RecordTV) pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), que se pode defender a existência de uma igreja, de fato, “midiatizada” (COSTA, 2016).

Martino (2016) faz uma distinção entre “mediação” e “midiatização”. Para o autor, o simples uso de um aparato midiático para transmissão de um evento ou ritual, sem que haja adequação deste para a linguagem da mídia em questão, trata-se de mediação. O processo de midiatização implica numa articulação entre aparatos midiáticos e processos sociais que conduz a uma transformação das práticas e dos significados. “No processo de midiatização, a mídia deixa de ser um instrumento para ser entendida como um dos elementos que constrói a realidade social” (MARTINO, 2016, p. 67)

As igrejas neopentecostais brasileiras surgem já envoltas nesse processo de midiatização da sociedade. Segundo Costa (2016), essas denominações já nascem como religiões midiáticas, “geneticamente” fundidas a esse processo de midiatização. Desenvolvem sua lógica diretamente voltada aos meios de comunicação eletrônicos e com um pensamento de mercado no sentido de atrair a maior quantidade possível de “fiéis/consumidores”. “A linguagem religiosa muitas vezes assume a linguagem do espetáculo, para fazer aparecer o aspecto fantástico e capturar a atenção” (MIKLOS, 2012, p. 40).

Na contramão desse processo, as chamadas “igrejas históricas”, como a Igreja Católica, tiveram uma resistência inicial em se adequar aos novos meios, tendo que se articular posteriormente para tentar acompanhar o fenômeno da midiatização (FANTONI e BORELLI, 2012). A presença na mídia tem vínculo direto com as relações de poder no campo religioso:

Para as religiões, conseguir espaço nas grandes mídias de massa, seja através da veiculação de programas ou aquisição de concessões públicas, é, portanto, o mesmo que estabelecer-se como grupo dominante, uma vez que se têm a capacidade de atingir maior público com sua mensagem evangelizadora. Graças a essa conveniente associação é que, em dias atuais, a igreja eletrônica se mantém hegemônica, e o discurso religioso não perdeu a sua influência sobre o imaginário popular. (COSTA, 2016, p. 114)

Esse processo díspar de adequação à linguagem midiática pelas denominações religiosas tradicionais e recentes causou diferenças entre o grau de midiaticização destas denominações. É o que Martino (2016) entende por “alta” e “baixa” mediação. Segundo o autor, seriam consideradas como de “alta mediação” as denominações que têm a mídia como elemento central e, portanto, só fazem sentido dentro do processo midiático, como a já citada Igreja Universal do Reino de Deus. Já aquelas com menor inserção midiática, enquadram-se como de “baixa mediação”.

Entretanto, Martino (2016) chama a atenção para o caráter volátil dessa classificação. Existem diferenças mesmo dentro de uma mesma instituição. A Igreja Católica, por exemplo, possui movimentos de alta mediação, como o caso da Basílica Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte, objeto deste trabalho, enquanto outras paróquias podem ser classificadas como de baixa mediação.

No começo dos anos 2000, as mídias digitais se configuraram como uma nova ambiência midiática. As denominações religiosas, ávidas por visibilidade, seguiram o fluxo do progresso, migrando para as novas plataformas. “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).

Sbardelotto (2012) defende que esse novo ambiente se configura também na lógica da midiaticização, pois, além de informações sobre a religião, promove um ambiente desterritorializado de prática religiosa mediada pela interação entre fiel e sistema⁶⁵, abrindo ao fiel a possibilidade de, junto com a instituição, construir sentidos. Apesar da distância física que há entre o fiel e a igreja, esta não aparece como um obstáculo para a prática religiosa. Dentro desta ambiência midiaticizada, as práticas ritualizadas se mantêm e “o sagrado não é apenas descrito, mas também tornado presente” (SBARDELOTTO, 2012, p. 137).

⁶⁵ Segundo Sbardelotto (2016) sistema é um complexo de elementos de interações que, neste caso, se refere a sites e páginas e suas inter-relações com os fiéis, onde seu todo é maior que a soma de seus componentes.

Miklos (2012) também destaca o caráter comunitário dessa prática como motivação central do fiel na busca dos meios virtuais de experimentação da fé. Segundo o autor, as possibilidades de relações entre os fiéis, mesmo à distância, criam essa sensação de pertencimento comunitário. O autor afirma também que este é um dos fatores que motivam estes indivíduos a participarem dessas comunidades virtuais – enquanto as igrejas seriam movidas pelo desejo de acúmulo de capital religioso. Sbardelotto (2012, p. 149) afirma que essas novas comunidades não se constituem pela convivência em um mesmo espaço físico, mas pela lógica de inclusão ao sistema: “só faz parte dessa comunidade quem a ela tem acesso”.

Miklos (2012) defende o sacrifício do corpo, que ocorre nessa transição entre a religiosidade física e a on-line. Esse processo modifica os rituais, removendo o aspecto físico do corpo presente em oração, mas permanecendo o simbolismo dessa prática. “A experiência de estado alterado e êxtase místico é substituída por experiências espectrais on-line” (MIKLOS, 2012, p. 118).

No contexto da “ciber-religião”, as redes sociais aparecem como um dos principais meios de relação fiel-igreja. Silva (2016), ao pesquisar redes sociais de denominações religiosas neopentecostais, afirma que há a forte presença das igrejas no Facebook. Essas buscam, grosso modo, tanto uma interação mais próxima com os fiéis, como também alcançar novos públicos. O conteúdo divulgado nas páginas das igrejas varia desde informes de eventos a serem realizados, frases proferidas pelos seus líderes religiosos, até transmissões de cultos ao vivo, como é o caso da Basílica Nossa Senhora das Dores.

3. Objeto empírico e metodologia

A investigação é conduzida a partir de um estudo de caso realizado em setembro de 2017 na Basílica Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte, cidade de intenso culto religioso situada no extremo Sul do Estado do Ceará. Dois fatores justificam a escolha do objeto empírico: tradição e hiperconexão.

Em primeiro lugar, é um dos pontos de devoção mais representativos do Cariri cearense. Foi no final do século XIX, numa capelinha construída onde hoje está a basílica, que o Padre Cícero Romão Batista, o “Padim Ciço” adorado por milhões de fiéis, iniciou sua vida sacerdotal. Também foi ali, em 1889, que teria ocorrido o controverso milagre original que deu início às romarias na região: a transformação da hóstia em sangue na boca da Beata

Maria de Araújo (LIRA NETO, 2009). O local é frequentemente tratado entre os peregrinos apenas como “Mãe das Dores”.

Hoje, quase 130 anos depois daquele acontecimento, a basílica é uma das mais ativas nas redes sociais, entre as quase 60 paróquias que compõem a Diocese do Crato. Ela possui um site e perfis em plataformas como *Facebook*, *YouTube* e *Instagram*, além de transmitir on-line a íntegra das missas três vezes por dia. É uma igreja centenária e hiperconectada e, portanto, ao fundir elementos tradicionais com novas tecnologias digitais, torna-se um objeto bastante adequado para se estudar a mídiatização dos processos religiosos.

O estudo de caso emprega dois instrumentos metodológicos complementares: entrevistas semiestruturadas e observação direta. As entrevistas foram realizadas presencialmente com o vigário da basílica e com o técnico responsável pelas transmissões das missas via web; e, por telefone, com uma fiel residente em Alagoas. As entrevistas foram gravadas em áudio e as partes mais relevantes foram transcritas para auxiliar a compreensão das falas.

O objetivo foi explorar as motivações e percepções das práticas midiáticas associadas aos ritos religiosos. Segundo Boni e Quaresma (2005), na entrevista semiestruturada os pesquisadores partem de um conjunto prévio de questões, mas deixam aberta a possibilidade de integrar novas questões a partir das respostas dos entrevistados. É um método exploratório, mas com um grupo de questões que guiam o diálogo.

Já a observação direta se concentrou nos elementos tecnológicos presentes na estrutura física da igreja – câmeras, computadores, softwares, etc – empregados nas transmissões das celebrações nas redes sociais on-line. Nessa etapa, os pesquisadores puderam verificar como o espaço físico da basílica é modificado pelo processo de mídiatização. Também foi realizada observação direta dos perfis da basílica nas redes sociais, no intuito de verificar a dinâmica de postagens e interações.

4. Basílica hiperconectada

Igreja tradicional, de arquitetura clássica e com mais de 140 anos de criação, a Basílica de Nossa Senhora das Dores é reconhecida fora dos limites territoriais do Cariri por ter sido fundada por Padre Cícero, figura de devoção popular, principalmente entre os nordestinos. Por conta disso, é um ponto de encontro dos romeiros durante as várias peregrinações que

acontecem ao longo do ano. Embora mantenha um caráter tradicional, a basílica está presente também no universo on-line.

A transposição dos ritos que anteriormente ocorriam exclusivamente no ambiente físico (a igreja) para o universo digital (a internet) afeta as práticas religiosas. Como destaca Gasparetto (2011, p. 186), há diferentes modos de “oferta de sentido” a partir de uma reconfiguração espaço-temporal de uma “comunidade de pertencimento”: “A técnica como fenômeno organizador das práticas sociais passa a redesenhar o modo de ser dos campos e, conseqüentemente, reorganiza o campo religioso e suas práticas”.

A articulação da basílica com as mídias digitais começou em 2015, quando foi contratada uma empresa de assessoria e marketing de São Paulo para estabelecer canais de comunicação on-line com os romeiros. Antes, o uso da mídia pela igreja ocorria apenas por meio das transmissões das missas numa rádio local e pelo envio de informativos impressos via correios para os romeiros previamente cadastrados. Após o contrato com a empresa, a basílica passou a contar com um site de conteúdos diversificados sobre as romarias e um amplo material sobre a vida de Padre Cicero.

O ingresso no ambiente digital foi marcado por mudanças que atingiram tanto a estrutura física da basílica quanto sua relação com os fiéis. No início de 2016, foram instalados equipamentos para transmissão on-line das celebrações: três câmeras fixas no interior da igreja, duas câmeras móveis, um computador e dois monitores. Duas das câmeras fixas estão instaladas nas pilastras junto ao altar e uma terceira na outra extremidade da igreja, acima da entrada principal, de frente para o próprio altar.

A central de transmissão foi alocada em uma cabine construída exclusivamente com essa finalidade no interior da sacristia. Dessa cabine, o técnico emprega softwares que permitem selecionar as imagens e controlar o movimento das câmeras enquanto a celebração é transmitida ao vivo (Figura 1).

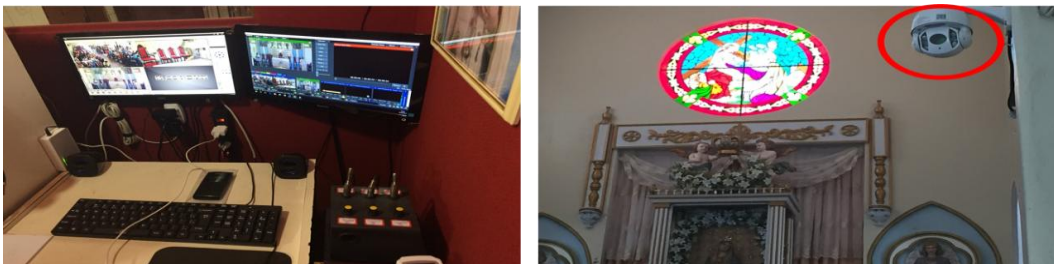


Figura 1 – À esquerda, a sala de transmissão instalada na sacristia. Na imagem à direita, destaque para uma das câmeras junto ao altar da basílica. Fonte: Registro feito pelos autores da pesquisa

Surge, então, a “TV Web Mãe das Dores”, que passa a transmitir as celebrações pelo site e também por um canal criado no *YouTube*. A primeira transmissão foi realizada em 28 de janeiro de 2016. Na época, a basílica já possuía uma página no *Facebook*, entretanto, havia poucas postagens e a interação com os fiéis era bastante reduzida.

Com o encerramento do contrato com a empresa de assessoria e marketing, a gerência dos equipamentos e das plataformas digitais passou a ser feita por um dos fiéis da basílica que já realizava, voluntariamente, alguns serviços. Hoje, este fiel é contratado como técnico responsável pelas transmissões. Após as mudanças na gestão do conteúdo midiático, as transmissões ao vivo das missas começaram a ser feitas também pelo *Facebook*. Este novo ambiente deu maior visibilidade às celebrações e fomentou a interação com os devotos. Imersa nos meios digitais, a basílica é hoje uma igreja hiperconectada e o ambiente on-line passa a ser um espaço privilegiado de devoção.

O canal da basílica no *YouTube* possui mais de 2.000 inscritos. Nele podem ser encontradas todas as transmissões das celebrações litúrgicas: missas, procissões, festas, etc. São quase 1.800 vídeos que, ao todo, já contabilizam mais de 340 mil visualizações. O número de visualizações de cada vídeo oscila de acordo com o momento e o tipo de transmissão que é realizada, variando de apenas algumas dezenas até 18.000 visualizações. O *YouTube* é importante porque, diferente de outras plataformas digitais, tem um eficiente sistema de busca e recomendação, constituindo-se como um grande banco de dados de conteúdos audiovisuais.

No *Instagram*, embora tenha sido criado um perfil, não há uma interação expressiva. A conta possui cerca de 560 seguidores e as postagens são, em sua maioria, pequenas chamadas para os eventos promovidos pela basílica. Neste espaço, além de acompanhar as atividades, o seguidor ainda pode enviar fotos para publicação no *feed*, contribuindo para a criação e circulação de conteúdos colaborativos. Em geral, são imagens que retratam a veneração a Nossa Senhora das Dores e, claro, a devoção ao Padre Cicero, além de registros pessoais de pontos turísticos de Juazeiro do Norte.

A rede social mais usada pela basílica e a mais acessada pelos fiéis é o *Facebook*. A página “Mãe das Dores Juazeiro”, apesar de ter sido criada há pouco mais de um ano, já conta com mais de 34 mil seguidores. Na página são transmitidas ao vivo três missas diárias, todos os dias da semana, que podem ser acompanhadas pelos fiéis por *streaming* durante a celebração. Além da possibilidade de assistir ao vivo, a íntegra da gravação também fica

disponível após o final das missas. Torna-se evidente por que a mídia afeta as dinâmicas comunicativas no espaço e no tempo: os fiéis podem acompanhar a missa de qualquer lugar e a qualquer instante.

Durante a transmissão ao vivo, o público que acompanha on-line atinge picos de aproximadamente 70 pessoas. Este número aumenta gradativamente após o final das transmissões. Como os vídeos ficam disponíveis no *Facebook*, o número total de visualizações varia, alcançando valores bastante expressivos. No dia 15 de setembro de 2017, por exemplo, na celebração de encerramento da romaria em homenagem a Nossa Senhora das Dores, a transmissão alcançou a marca de 113 mil visualizações (Figura 2). O valor supera, em muito, o número de romeiros presentes fisicamente na basílica e seu entorno: 23 mil, segundo registros da própria basílica.

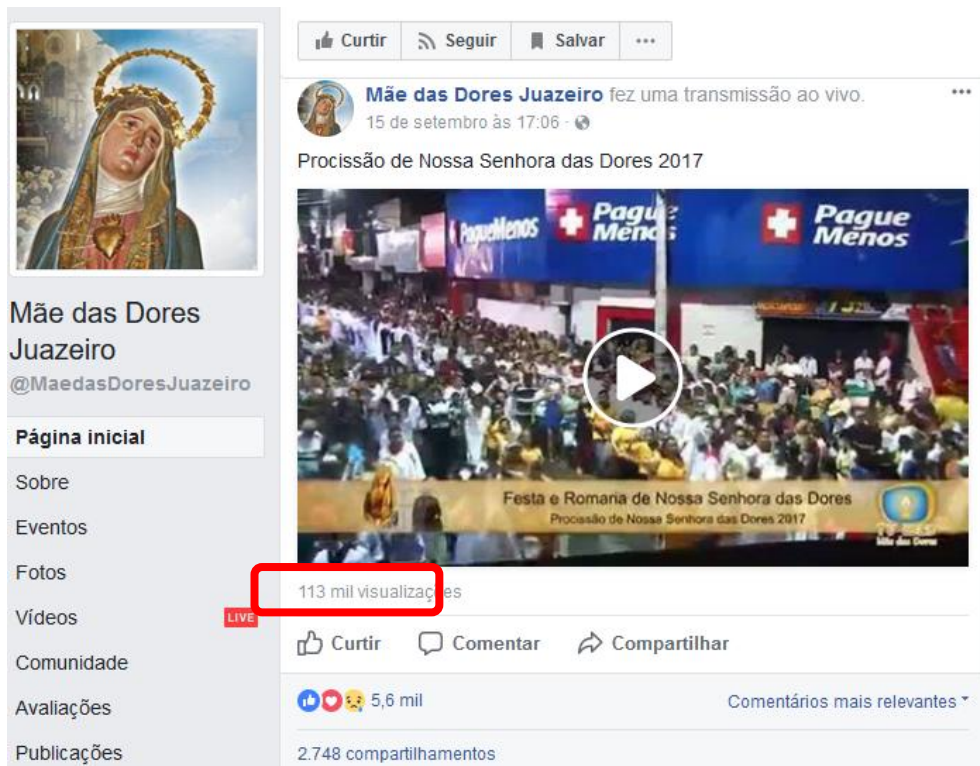


Figura 2 - Captura de tela de transmissão via Facebook no dia 15 de setembro de 2017 com destaque para o número de visualizações.

Fonte: <https://www.facebook.com/MaedasDoresJuazeiro/>

Além do número elevado de visualizações, o post foi compartilhado mais de 2.700 vezes, recebeu cerca de 5.600 curtidas e gerou mais de 5.000 comentários. Os dados demonstram que o *Facebook* permite que os fiéis articulem a experiência religiosa a partir de uma série de parâmetros estabelecidos pela plataforma digital. Os exemplos descritos neste

trabalho estão em sintonia com o referencial teórico e corroboram a emergência de novas práticas oriundas de uma midiaticização da religião associada ao ambiente on-line:

[...] a fé vivenciada, praticada e experienciada nos ambientes digitais aponta para uma mudança na experiência religiosa do fiel e da manifestação do religioso. Junto com o desenvolvimento de um novo meio, como a internet, vai nascendo também um novo ser humano e, por conseguinte, um novo sagrado e uma nova religião – por meio de microalterações da experiência religiosa da fé. (SBARDELOTTO, 2012, p. 147-8)

5. Novas práticas religiosas

A experiência religiosa vivida a partir de um ambiente midiático tem mobilizado diversos atores sociais, a exemplo de clérigos, fiéis, profissionais de mídia e agentes de pastoral. Um dos sintomas mais claros da midiaticização do campo religioso ocorre quando instituições ou fiéis adequam suas práticas cotidianas às lógicas do ambiente midiático (MARTINO, 2016). O fenômeno tem início quando o campo midiático age sobre as atividades das igrejas e de seus seguidores.

Para verificar como ocorrem os processos de midiaticização, a pesquisa promoveu entrevistas com três desses atores: o padre responsável pela basílica, o técnico envolvido nas transmissões dos ritos religiosos e uma fiel residente em União dos Palmares (Alagoas) que frequenta tanto as romarias em Juazeiro do Norte como a página da basílica no *Facebook*.

Nas palavras do padre, a igreja precisa ocupar o ambiente midiático, a fim de acompanhar a evolução da comunicação e alcançar os fiéis onde eles passam grande parte do tempo, sobretudo, as redes sociais on-line:

“Ou nós acompanhamos e compreendemos essa realidade, ou nós não conseguimos chegar principalmente aos jovens de hoje. E até mesmo aos adultos. É uma geração marcada pela conectividade, ou seja, eles estão ligados através do celular, do computador.”

Contudo, o sacerdote defende um uso estratégico das redes sociais on-line como meio para convocação dos fiéis à participação na vida comunitária presencial. O posicionamento é consonante ao Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, documento da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) que orienta a atuação de católicos no âmbito da comunicação. Apesar de reconhecer a possibilidade de formação de um novo tipo de participação e comunhão nas transmissões on-line, as diretrizes oficiais da Igreja ressaltam que as mídias digitais atuam de forma complementar, mas “não substituem a vida em

comunidade e litúrgica presencial, (...) atraindo as pessoas para uma experiência mais integral da vida de fé” (CNBB, 2014, p. 114). Fica claro que uma experiência “integral” ocorreria, de acordo com o texto, somente nas celebrações presenciais.

O posicionamento é partilhado pelo técnico responsável pelas transmissões on-line: “Eu acho que as missas pela internet estão despertando nos romeiros a vontade de vir, de conhecer a basílica”. O profissional relata não ter conhecimento de que algum fiel teria deixado de participar de romarias em Juazeiro do Norte devido às transmissões.

O padre demonstra certa preocupação ao dizer que as transmissões das missas, ao mesmo tempo em que aproximam os fiéis conectados à basílica de Juazeiro do Norte, podem distanciá-los de suas comunidades paroquiais. O mesmo alerta está presente no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil: “as produções midiáticas podem promover uma fragmentação pessoal e social, gerando distanciamento ao invés de proximidade” (CNBB, 2014, p. 93)

Esse não é o caso da fiel entrevistada durante a pesquisa. A distância de 541 quilômetros entre a Basílica Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte (CE), e União dos Palmares (AL), onde ela vive, não a impede de acompanhar os ritos religiosos. Desde setembro do ano passado, ela acompanha as transmissões das três missas realizadas aos domingos e, no decorrer da semana, assiste a outros ritos promovidos pela basílica.

A fiel relatou que participa anualmente de duas a três romarias, quando peregrina de sua cidade natal, em Alagoas, até o sertão cearense para participar presencialmente dos ritos na Basílica Nossa Senhora das Dores. Ela também não descuida de experienciar presencialmente os ritos na paróquia à qual está territorialmente inserida em União dos Palmares.

A fiel ainda explicou que, ao retornar de uma missa no início da manhã na igreja da cidade onde reside, conecta-se à internet para acompanhar a primeira celebração do dia na Basílica Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte. O ato repete-se para as duas missas seguintes, sempre on-line, via *Facebook*. Conforme Martino (2016, p.36), “a midiaticização tem início no momento em que as mídias tornam-se parte das atividades individuais e institucionais”. No caso da fiel conectada, as transmissões via *Facebook* se configuram como uma nova experiência. Questionada se haveria diferença entre participar da missa na igreja ou pela internet, ela respondeu:

“Se for pecado, Deus me perdoe, mas eu acho pela internet melhor. Porque a gente fica mais concentrada 100% do que estar naquela multidão. Eu sou um pouco depressiva, faço tratamento e não me sinto bem em tumulto, mesmo sendo de irmão com irmão, porque eu tenho síndrome de pânico e não me sinto muito bem.”

Estudos sobre midiatização ajustam o foco justamente para compreender como algumas formas de se viver a experiência religiosa se modificam no ambiente das mídias digitais. O técnico responsável pelas transmissões ressalta que a caixa de comentários do *Facebook* é utilizada como forma de participar do ritual celebrado a quilômetros de distância. Orações coletivas são realizadas neste espaço e respostas são dadas aos atos ritualísticos.

O profissional exemplifica um dos atos simbólicos de uma missa: o “abraço da paz”. Presencialmente, os fiéis interagem fisicamente desejando votos de paz e felicidade. Já no *Facebook*, o ato simbólico ocorre por meio da linguagem verbal e os característicos emojis, com os fiéis saudando uns aos outros virtualmente. Essa reconfiguração de um rito tradicional demonstra que as marcas características da relação do fiel com o culto não desaparecem, mas ocorrem de maneira diferente, mediadas por um novo suporte comunicacional.

Essa participação no ambiente on-line também forma vínculos de pertencimento. Conforme Martino (2016, p. 164), “em um ambiente midiático, ser religioso implica, em alguma instância, a construção de vínculos identitários mediados pelas características desse ambiente”. O fiel que acompanha as transmissões com regularidade pode se sentir imerso no ritual. Durante a entrevista, a fiel destacou esta condição: “Sem um dia dessa missa eu não sou nada. É como se fosse um alimento. Eu acompanho de manhã, à tarde e à noite, e me sinto muito bem, muito bem mesmo”.

6. Considerações finais

A relação entre mídia e religião assume uma nova dimensão no século XXI. As mídias digitais influenciam as práticas religiosas, obrigando instituições tradicionais, como a Igreja Católica, a se adequarem ao contexto de ubiquidade comunicacional. Se num passado recente ocupar a mídia significava estabelecer contato com os fiéis por meio de jornal, rádio e televisão, hoje o cenário é bem diferente. Novas camadas espaciais e temporais envolvem a experiência religiosa contemporânea num mundo cada vez mais conectado.

Este artigo buscou compreender como a Basílica Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte, procura se articular para alcançar os fiéis num contexto de ubiquidade comunicacional. A pesquisa de campo permitiu verificar como o espaço é transformado para

receber o aparato midiático. Uma cabine de transmissão foi instalada na sacristia e três câmeras foram fixadas em locais estratégicos no interior da igreja para transmitir as celebrações. Além da infraestrutura técnica, a basílica contratou um profissional (que também é fiel) para operar os equipamentos de transmissão.

Além de comprovar mudanças na estrutura física e operacional, outro resultado relevante diz respeito ao uso estratégico das redes sociais on-line como plataformas privilegiadas de contato entre igreja e fiel. Neste quesito, o *Facebook* se destaca como ambiente que mais gera visibilidade e interação. Cabe ressaltar que cada plataforma possui uma função no ecossistema midiático da basílica. O *YouTube* se apresenta como um potente acervo audiovisual, uma espécie de “memória” religiosa disposta na forma de banco de dados. Já o *Instagram*, apesar do número reduzido de seguidores, é uma plataforma que estimula a colaboração do fiel, traço marcante da cultura participativa on-line.

Já as entrevistas permitiram verificar uma tensão na relação entre mídia e religião. O padre responsável pela basílica admite a importância das redes sociais on-line para a comunicação com os fiéis, contudo, assume simultaneamente um tom de cautela em relação à internet. A Igreja Católica, seja por seus líderes ou por meio de documentos oficiais como o Diretório de Comunicação da CNBB, defende o caráter complementar da mídia nas práticas religiosas. O principal risco seria uma substituição dos ritos presenciais por ritos virtuais.

Neste sentido, as falas tanto do técnico responsável pelas transmissões quanto da fiel que reside em Alagoas, afastam a ideia de substituição. Ambos ressaltaram durante as entrevistas que as redes sociais on-line reforçam o caráter de comunhão e servem como meio para estimular a participação presencial.

O presente artigo trouxe elementos para o debate sobre a midiática da religião ao demonstrar as transformações nos dois polos. A basílica se modifica para atuar nas mídias digitais ao mesmo tempo em que os fiéis modificam suas práticas para estabelecer novos vínculos religiosos via internet. É precisamente nesta mútua afetação que o campo de estudos da midiática da religião concentra sua atenção.

Mesmo diante dos importantes resultados obtidos durante a investigação, cabe destacar algumas limitações da presente pesquisa. Em primeiro lugar, trata-se de um estudo de caso e, por isso, os resultados não devem ser generalizados. A este respeito, Hepp (2014, p. 53) faz referência aos “mundos midiaticizados”, ou seja, “o nível no qual a midiática se

torna concreta e pode ser analisada empiricamente”. Este trabalho teve o intuito justamente de apresentar um destes “mundos midiaticizados” e espera contribuir como um pequeno, mas relevante fragmento dentro um amplo mosaico que constitui o campo de estudos de midiaticização da religião.

REFERÊNCIAS

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese**, v. 2, n. 1(3), p. 68-80, 2005.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil**. Brasília: Edições CNBB, 2014.

COSTA, Débora Silva. **Blogosfera protestante: a primavera dos movimentos contra-hegemônicos na igreja evangélica brasileira**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

FANTONI, Francieli Jordão; BORELLI, Viviane. A Experiência Religiosa Midiaticizada: Criação de Vínculos, Manutenção da Crença e Tensionamentos Religiosos. In: **Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Chapecó, 2012.

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

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

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

LIRA NETO. **Padre Cícero: poder, fé e guerra no sertão**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARTINO, Luís Mauro de Sá. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2016.

MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos na cibercultura**. Aparecida: Ideias e Letras, 2012.

SBARTELOTTO, Moisés. **Interações em rituais on-line católicos: uma análise da prática religiosa em tempos de internet**. In: RIBEIRO, José Carlos; FALCÃO, Thiago; SILVA, Tarcísio. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 131-152.

SPADARO, Antonio. **Ciberteologia: pensar o Cristianismo nos tempos da rede**. São Paulo: Paulinas, 2012.