

Cultura, Cidadania e Políticas Públicas 3

Alvaro Daniel Costa
(Organizador)



 **Atena**
Editora

Ano 2019

Alvaro Daniel Costa
(Organizador)

Cultura, Cidadania
e Políticas Públicas 3

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C968 Cultura, cidadania e políticas públicas 3 [recurso eletrônico] /
Organizador Alvaro Daniel Costa. – Ponta Grossa (PR): Atena
Editora, 2019. – (Cultura, cidadania e políticas públicas – v.3)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-079-7

DOI 10.22533/at.ed.797192501

1. Educação – Brasil. 2. Cidadania. 3. Políticas públicas –
Educação. 4. Prática de ensino. 5. Professores – Formação. I. Costa,
Alvaro Daniel.

CDD 323.6

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra *“Cultura , Cidadania e Políticas Públicas”* possui uma série de 84 artigos que abordam os mais variados temas nas áreas relacionadas a área de Ciências Humanas, Sociais Aplicadas e Educação.

O volume I é intitulado “cultura, políticas públicas e sociais” e mostra a diversidade de análises científicas em assuntos que vão desde uma análise sociocultural perpassando pelas questões socioeconômicas da sociedade brasileira e latino-americana.

Já o volume II intitulado *“educação, inclusão e cidadania- práticas pedagógicas na cultura educacional”* é inteiro dedicado a área educacional, com textos de pesquisadores que falam sobre uma educação inclusiva em assuntos como autismo, formação profissional nas mais diversas áreas dentro do espectro educativo, além de uma análise sobre os impactos da reforma do ensino médio e sobre lo direito fundamental à educação.

No terceiro volume o assunto é no que tange as *“práticas educacionais, mídia e relação com as políticas públicas e cidadania”* sendo esse volume uma continuidade dos artigos da parte II com artigos que falam sobre práticas pedagógicas, além de textos que trazem sobre assuntos da área comunicacional.

A quarta e última parte é intitulada *“cultura, literatura, educação e políticas públicas- questões multidisciplinares”* e possui uma versatilidade temática que vai da área literária e novamente sobre algumas práticas pedagógicas.

A grande diversidade de artigos deste livro demonstra a importância da análise de temas que dialogam com as práticas de políticas públicas, sejam através da área educacional, comunicação ou aquelas que analisam a sociedade a partir de um viés histórico, cultural ou até mesmo econômico.

Boa leitura!

SUMÁRIO

ÁREA TEMÁTICA PRÁTICAS EDUCACIONAIS, MÍDIA E SUA RELAÇÃO COM AS POLÍTICAS PÚBLICAS E CIDADANIA

CAPÍTULO 1	1
MARCOS HISTÓRICOS DA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS NO BRASIL: O DELINEAMENTO DESTA TRAJETÓRIA	
Mariane Brito da Costa	
DOI 10.22533/at.ed.7971925011	
CAPÍTULO 2	15
ENTRE 1988 E 2018: TESSITURAS ANALÍTICAS POLÍTICO-CONSTITUCIONAIS EDUCATIVAS	
Diego Dias Salgado	
DOI 10.22533/at.ed.7971925012	
CAPÍTULO 3	25
DARWINISMO PEDAGÓGICO	
Vicente de Paulo Morais Junior	
DOI 10.22533/at.ed.7971925013	
CAPÍTULO 4	33
O USO DOS JOGOS INTERDISCIPLINARES NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA PARA O DESENVOLVIMENTO DO RACIOCÍNIO LÓGICO DE ALUNOS DO 4º ANO DO ENSINO FUNDAMENTAL	
João Augusto Galvão Rosa Costa	
Olga Teixeira de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.7971925014	
CAPÍTULO 5	46
INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS PARA ANÁLISE DE CONTEÚDO DE PESQUISA: MAPA CONCEITUAL, ENDNOTE E ATLAS.TI FORMAS E USOS	
Adriane Matos de Araujo	
DOI 10.22533/at.ed.7971925015	
CAPÍTULO 6	55
ENSINO DA SOCIOLOGIA E JOGOS DIDÁTICOS: SEU EMPREGO COMO ESTRATÉGIA DE MEDIAÇÃO	
Elisabete Cristina Cruvello da Silveira	
Natalia Silva Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.7971925016	
CAPÍTULO 7	65
PERSPECTIVAS PARA A VIDA ADULTA DE ESTUDANTES COM DEFICIÊNCIA: UMA DISCUSSÃO NECESSÁRIA NO COTIDIANO DA ESCOLA CONTEMPORÂNEA	
Annie Gomes Redig	
Cristina Angélica Aquino de Carvalho Mascaro	
Vanessa Cabral da Silva Pinheiro	
Vanêssa Lima do Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.7971925017	

CAPÍTULO 8	76
ESCOLA: RELATOS DE JOVENS E ADULTOS COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL	
Amanda Carlou	
DOI 10.22533/at.ed.7971925018	
CAPÍTULO 9	81
ENTRE O FORMAL E O NÃO-FORMAL – ESPAÇOS ONDE A EDUCAÇÃO POPULAR PODE (E DEVE) ATUAR. E, PARA COMEÇAR, PORQUE NÃO JÁ NA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS?	
Noelia Rodrigues Pereira Rego	
DOI 10.22533/at.ed.7971925019	
CAPÍTULO 10	93
A LINGUAGEM COM AS CRIANÇAS NA ALFABETIZAÇÃO: ENTRE O PROPOSTO E O REAL	
Geisi dos Santos Nicolau	
DOI 10.22533/at.ed.79719250110	
CAPÍTULO 11	104
O ENSINO DO IDIOMA PORTUGUÊS PARA MILITARES ESTRANGEIROS COMO SEGUNDA LÍNGUA ATRAVÉS DE ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS CULTURAIS	
Janiara de Lima Medeiros	
DOI 10.22533/at.ed.79719250111	
CAPÍTULO 12	119
A CONTRIBUIÇÃO DA ALFABETIZAÇÃO CARTOGRÁFICA PARA A MELHOR COMPREENSÃO DO ESPAÇO ESCOLAR NOS ANOS INICIAIS DO COLÉGIO DE APLICAÇÃO DA UFF	
Giulia Gonçalves Arigoni Nicacio	
Jéssica Cardoso Martins	
Juliana de Oliveira Borges	
DOI 10.22533/at.ed.79719250112	
CAPÍTULO 13	129
REFLEXÕES SOBRE A FORMAÇÃO DOCENTE E A MEDIAÇÃO ESCOLAR NO PROCESSO INCLUSIVO	
Elisângela Matos Oliveira de Souza	
Ana Luiza Barcelos Ribeiro	
Nadir Francisca Sant'Anna	
Bianka Pires André	
DOI 10.22533/at.ed.79719250113	
CAPÍTULO 14	142
TEATRO COMO PRÁTICA PARA FORMAÇÃO DE PROFESSORES DE MATEMÁTICA	
Vinícius Borovoy Sant'ana	
DOI 10.22533/at.ed.79719250114	
CAPÍTULO 15	151
FERRAMENTAS DO GEOPROCESSAMENTO NO ENSINO INTERDISCIPLINAR DA GEOGRAFIA E MATEMÁTICA	
Rosane Vieira da Silva	
Elisandra Hernandez da Fonseca	
Angélica Cirolini	
Alexandre Felipe Bruch	
Suyane Gonçalves Campos	

Fernanda Luz de Freitas

DOI 10.22533/at.ed.79719250115

CAPÍTULO 16 158

ESTÁGIO SUPERVISIONADO: LIMITES, DESAFIOS E POSSIBILIDADES PARA A PRÁTICA DOCENTE

Carine Silvestrine Sena Lima da Silva

Flavia Melo de Castro

DOI 10.22533/at.ed.79719250116

CAPÍTULO 17 163

POLÍTICAS DE CULTURA E DE COMUNICAÇÃO PARA O AUDIOVISUAL: UM “ESTADO DA ARTE” SOBRE A SECRETARIA DO AUDIOVISUAL DO MINISTÉRIO DA CULTURA

Marize Torres Magalhães

DOI 10.22533/at.ed.79719250117

CAPÍTULO 18 175

O AUDIOVISUAL E A PRODUÇÃO INDEPENDENTE PARA TELEVISÃO NO BRASIL

Natacha Stefanini Canesso

Fábio Almeida Ferreira

DOI 10.22533/at.ed.79719250118

CAPÍTULO 19 185

LÓGICAS DA MÍDIA / LÓGICAS DOS PROCESSOS SOCIAIS: O RECONHECIMENTO DO TELEJORNALISMO PELOS PENTECOSTAIS

Catiane Rocha Passos de Souza

DOI 10.22533/at.ed.79719250119

CAPÍTULO 20 197

O CINEMA BRASILEIRO EM SEU PRÓPRIO MERCADO

Filipe Brito Gama

DOI 10.22533/at.ed.79719250120

CAPÍTULO 21 209

DA FÉ MEDIADA AO FIEL MEDIATIZADO: UBIQUIDADE COMUNICACIONAL NAS ROMARIAS DE JUAZEIRO DO NORTE

Ivan Satuf

Cícero Rodrigo Alves Dias

José Everson Ferreira Silva

DOI 10.22533/at.ed.79719250121

SOBRE O ORGANIZADOR..... 222

DA FÉ MEDIADA AO FIEL MEDIATEZADO: UBIQUIDADE COMUNICACIONAL NAS ROMARIAS DE JUAZEIRO DO NORTE

Ivan Satuf

Universidade Federal do Cariri, Instituto
Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Arte
Juazeiro do Norte - Ceará

Cícero Rodrigo Alves Dias

Universidade Federal do Cariri, Instituto
Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Arte
Juazeiro do Norte - Ceará

José Everson Ferreira Silva

Universidade Federal do Cariri, Instituto
Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Arte
Juazeiro do Norte - Ceará

RESUMO: Toda crença espiritual depende de mecanismos para partilha da fé e perpetuação de preceitos éticos e morais entre os membros da comunidade de pertencimento (DEBRAY, 1997). Da prensa tipográfica de Gutenberg à televisão a cores, a mediação tecnológica é componente essencial da cultura religiosa que se estabeleceu concomitante ao desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, atingindo o ápice no século XX. Hoje, porém, redes digitais de alta velocidade e tecnologias comunicacionais portáteis atualizam os ritos religiosos. A religião entrou na era da hiperconectividade, responsável por tornar a comunicação humana potencialmente ubíqua. Se é verdade que a fé permanece mediada, pode-se sustentar agora a presença

de um novo fenômeno: o fiel “mediatezado”. Este fiel não está apenas envolto pela mídia, mas ele próprio se torna mídia ao se reconfigurar como agente ativo no circuito comunicacional pela capacidade de produzir e circular conteúdos. Este capítulo debate as formas segundo as quais as tecnologias digitais móveis – smartphones, redes sociais on-line, aplicativos de mensagens instantâneas, etc – atuam sobre a experiência religiosa contemporânea num contexto de mediação (HJARVARD, 2012; HEPP, 2013). O estudo se concentra na cultura católica de Juazeiro do Norte, ponto de intenso fluxo de romeiros na região do Cariri cearense, atraídos pela singular figura de Padre Cícero.

PALAVRAS-CHAVE: Religião, Cultura, Mediação, Mediação, Mediação, Juazeiro do Norte

ABSTRACT: Every spiritual belief depends on mechanisms for sharing faith and perpetuating ethical and moral precepts among members of the community of belonging (DEBRAY, 1997). From Gutenberg’s typographic press to color television, technological mediation is an essential component of religious culture that has been established alongside the development of mass media, peaking in the 20th century. Today, however, high-speed digital networks and portable communications technologies update religious rites. Religion entered the age of hyperconnectivity, responsible for making

human communication potentially ubiquitous. If it is true that faith remains mediated, one can now support the presence of a new phenomenon: the “mediatized pilgrim”. This pilgrim is not only surrounded by the media, but he himself becomes the media by reconfiguring himself as an active agent in the communicational circuit for the ability to produce and circulate content. This chapter discusses the ways in which mobile digital technologies - smartphones, online social networks, instant messaging applications, etc. - act on contemporary religious experience in a context of mediatization (HJARVARD, 2012; HEPP, 2013). The study focuses on the Catholic culture of Juazeiro do Norte, a point of intense flow of pilgrims in the Cariri region of Ceará, attracted by the singular figure of Padre Cícero.

KEYWORDS: Religion, Culture, Mediation, Mediatization, Juazeiro do Norte.

1 | INTRODUÇÃO

Uma rápida incursão etimológica revela que “religião” e “comunicação” são vocábulos muito próximos. Segundo a versão on-line do Dicionário Houaiss, “comunicar” tem sua origem nas noções de “pôr em comum, dividir, partilhar, ter relações com”. Por sua vez, “religião” advém de “religare”, significando o reestabelecimento de uma conexão entre os humanos e as divindades por meio de ritos coletivos. Conforme Maffesoli (2006), a religião é “um conjunto simbólico que permite e fortalece a manutenção do laço social” (p. 109). Portanto, ambos os vocábulos derivam do latim e conduzem a dimensões semânticas convergentes, sendo possível identificar concepções próximas como comunhão, interação, reconhecimento, comunidade, reunião.

Toda religião precisa estabelecer estratégias comunicacionais para transmissão de cânones e dogmas, bem como para a partilha de experiências que possibilitem o reconhecimento recíproco entre os praticantes. Tal premissa é válida tanto para as pequenas seitas quanto para as grandes correntes religiosas. O campo de estudos da antropologia da religião demonstra que professar uma fé é comunicar por meio de símbolos e códigos culturalmente constituídos por uma comunidade de pertencimento (GUERREIRO, 2013).

Ao analisar as relações de um ponto de vista estrutural, pode-se argumentar que líderes religiosos e fiéis estabelecem uma complexa rede comunicacional responsável por manter em curso as crenças. É também esta estrutura que possibilita a manutenção dos preceitos religiosos e de certa regularidade litúrgica, geração após geração, por séculos e/ou milênios. De fato, a rede comunicativa é uma teia de relações que articula temporalidades: o passado é ordenado a partir dos mitos de origem e da instituição de divindades, o presente está ancorado em alegorias materiais e imateriais, e o futuro se revela na meta evangelizadora para perpetuação dos preceitos fundamentais.

Cada religião, assim como ocorre em qualquer subsistema cultural (BOAS, 2004), tem suas particularidades, portanto, é necessário tomar cuidado com generalizações. Em outras palavras, ainda que toda crença pressuponha o desenvolvimento de

estratégias comunicacionais, tais estratégias são diferentes de acordo com as características dos grupos.

A maior parte das religiões cristãs, por exemplo, têm na Bíblia uma grande narrativa sagrada escrita a muitas mãos, durante sucessivos séculos, até se estabelecer como uma unidade simbólica partilhada entre os fiéis. A Bíblia narra acontecimentos remotos continuamente lembrados em templos religiosos por intermédio de sacerdotes que estimulam os crentes a entoarem cânticos em forma de preces. Compreendida desta forma, a liturgia é um composto comunicacional, um emaranhado de relações cujo objetivo central é estabelecer o reconhecimento mútuo entre os participantes e, conseqüentemente, zelar pela manutenção de uma comunidade religiosa.

Se a análise for ampliada para cada uma das diversas vertentes do cristianismo, a rede se torna ainda mais vasta. Basta ver a miríade de artefatos comunicantes empregado pela Igreja Católica: a hóstia, o cálice, as imagens de santos e anjos são instrumentos de comunicação. A comunicação é expandida para o lado de fora da igreja pelo badalar do sino que alerta os fiéis sobre as celebrações, bem como pelas procissões minuciosamente planejadas para demonstrar o caráter gregário desse tipo de manifestação cultural.

Desde a invenção da prensa de tipos móveis no século XV, as religiões passaram a fazer uso estratégico dos meios de comunicação de massa. Panfletos, livros e jornais tornaram-se elementos centrais para o contato com comunidades cada vez mais amplas e dispersas geograficamente. Com o advento da mídia eletrônica, sobretudo após a popularização do rádio e da televisão no século XX, os líderes religiosos passaram a integrar o sistema broadcasting não apenas como ferramenta de comunicação, mas como aparato litúrgico. As missas começaram a ser transmitidas por rádio e TV em formatos adaptados a estes meios.

Segundo Thomas e Lee (2012), o “televangelismo” – a catequese mediada pela TV – surgiu nos Estados Unidos nos anos 1970, mas rapidamente se tornou uma prática religiosa global. Contudo, o fenômeno assume novos contornos na sociedade contemporânea em decorrência da expansão das redes digitais de alta velocidade e da conseqüente emergência de uma ubiquidade comunicacional:

Em outras palavras, o televangelismo não está mais limitado à televisão, mas é cada vez mais um fenômeno da nova mídia – amplificado e moldado nos sites de mídia social e acessado por tecnologias móveis em circuitos sempre mais complexos de produção, distribuição e consumo. (THOMAS; LEE, 2012, p. 1)

Assumindo o caráter indissociável entre religião e comunicação, o objetivo deste capítulo é justamente compreender como as tecnologias digitais móveis atualizam a experiência religiosa. Para tanto, a investigação convoca o emergente conceito de “mídiação” (HJARVARD, 2012; HEPP, 2013) para analisar a reconfiguração do fiel, concebido não mais como um integrante passivo de uma “massa” religiosa, mas como um participante ativo da produção de sentidos.

Os fiéis midiaticizados do século XXI possuem smartphones que servem tanto para

produzir conteúdos multimídia (textos, fotos, áudios, vídeos) rapidamente compartilhados em redes sociais on-line, quanto para promover a articulação com outros membros da comunidade a partir de aplicativos móveis (apps) de mensagem instantânea como o WhatsApp. O artigo se concentra na fé católica de Juazeiro do Norte (CE), polo religioso da região do Cariri, onde a personalidade multifacetada de Padre Cícero é responsável pela atração de milhares de romeiros durante datas festivas no decorrer de todo o ano.

2 | A FÉ MEDIADA

Para tratar da mediação tecnológica aplicada ao campo religioso, recorre-se aos estudos seminais em midiologia inseridos no campo das teorias da comunicação (DOMINGUES, 2010). O referencial teórico contempla tanto a vertente francesa representada por Régis Debray, quanto as contribuições da Escola de Toronto, corrente que abriga as reflexões de Harold Innis e Marshall McLuhan.

Debray (1997) compreende a religião como um empreendimento de “construção de durações”, o que implica a constituição de mecanismos complexos de transmissão. Assim, a midiologia se dedica a tudo aquilo que medeia a produção de sentido. De acordo com o autor, qualquer mediação comporta duas dimensões: as “matérias organizadas” (M.O.) e as “organizações materializadas” (O.M.). As “matérias organizadas” são as técnicas materiais, também denominadas de “dispositivos”, “suportes” ou “meios”, que armazenam e organizam a informação, como as placas de bronze da antiguidade ou os satélites no mundo atual. Já as “organizações materializadas” são as instituições ou configurações sociais que unem os operadores humanos de uma transmissão, como as escolas e os professores.

Na midiologia de Debray (1997), todo *medium* apresenta essa dupla face, sendo ao mesmo tempo “práxis” e “tekné”, estratégia e logística ou, ainda, direcionamento institucional e instrumentação semiótica. É na tensão entre práticas e técnicas que a midiologia observa a constituição de uma rede, não no sentido de uma territorialidade, mas como “conectividade organizada”. Nesta rede, os aparatos técnicos conduzem a tensões e inovações, enquanto a manutenção e resistência ficam a cargo das instituições.

A comunidade judaica de hoje em dia conserva os mesmos ritos, observa o mesmo calendário, entoa os mesmos versículos com o mesmo balanceio que faz há três mil anos (o telefone celular em uma mão, a Torá na outra, como se pode ver no Muro das Lamentações em Jerusalém). (...) A matéria organizada, panóplia móvel, é inovadora, e a organização materializada, motor imóvel, conservadora. (DEBRAY, 1997, p. 34)

A mediação é justamente a dialética suportes/relações, binômio responsável por remodelar aquilo que é transmitido. Na ótica de Debray (1997), a mediação não é uma mera transferência nem uma reprodução mecânica, muito pelo contrário, mediação é uma “transmutação dinâmica”. A relação entre mídia e religião – ou a fé mediada

tecnologicamente – é marcada por permanências e deslocamentos resultantes de intrincadas mediações.

Assumindo igualmente uma perspectiva dialética das mediações, a teoria midiológica de Innis (2011) conecta a materialidade comunicacional às transformações sociais. Sob essa ótica, cada civilização é organizada por um tipo de suporte comunicacional responsável por influenciar a difusão do conhecimento. No Egito Antigo, os pesados hieróglifos organizavam uma estrutura centralizada com forte controle sobre o conhecimento até sofrer a concorrência do papiro, suporte mais leve e eficiente na transmissão de informação por vastas áreas territoriais. O resultado, segundo Innis (2011), teria sido a secularização do conhecimento propiciado pela difusão da escrita e da leitura, fenômeno associado à ampliação da administração.

Tal postulação midiológica parte, portanto, da mesma dialética suportes/relações: “Um meio de comunicação tem uma importante influência na disseminação do conhecimento através do espaço e do tempo e se torna necessário estudar suas características a fim de avaliar sua influência sobre o quadro cultural” (INNIS, 2011, p. 103). Não é possível compreender a religião, fenômeno cultural constitutivo da humanidade, sem investigar a materialidade envolvida nas mediações.

A midiologia ganha uma nova dimensão em McLuhan (1974), para quem os meios alteram a ambiência e, conseqüentemente, modificam as percepções sensoriais dos seres humanos, levando a novas maneiras de pensar e de agir. Ao reconfigurar determinado ambiente, um novo meio de comunicação tem a capacidade de provocar mudanças substanciais até mesmo em instituições tradicionais, como no caso da religião: “A revivescência litúrgica da era do rádio e da TV afeta até as mais austeras seitas protestantes” (MCLUHAN, 1974, p. 361). A fé mediada pelas tecnologias comunicacionais está nitidamente em linha com as tradições historicamente enraizadas, mas é também uma fé atualizada, reconfigurada, ressignificada.

Contudo, é preciso fazer uma ressalva importante antes de avançar para o campo da midiatização. Briggs e Burke (2006) alertam sobre os riscos das visões deterministas muito presentes entre os seguidores da midiologia clássica. O determinismo tecnológico em sua vertente mais radical frequentemente conduz a percepções equivocadas sobre a real dimensão das tecnologias no interior das sociedades. Um meio de comunicação não deve ser o elemento único ou central da análise, mas “um catalisador, mais ajudando as mudanças sociais do que as originando” (BRIGGS e BURKE, 2006, p. 31). Como alerta Martín-Barbero (2009), é preciso ir dos meios às mediações, evitando concentrar a atenção exclusivamente sobre os suportes materiais para refletir sobre as “práticas de comunicação”.

3 | O FENÔMENO DA MIDIATIZAÇÃO

O conceito de midiatização é polissêmico (LIVINGSTONE, 2009; BASTOS, 2012), sendo, por consequência, alvo de intenso debate no campo dos estudos

comunicacionais. Apesar das dificuldades, há subsídios teóricos que permitem distinguir duas abordagens sobre o fenômeno: a midiatisação institucional (HJARVARD, 2012) e a midiatisação da vida cotidiana (HEPP, 2013).

Segundo Hjarvard (2012), midiatisação é o termo empregado para designar uma nova etapa no desenvolvimento histórico da comunicação. Nesta etapa, a mídia conquista independência e autonomia em relação aos demais campos sociais, passando a afetar diretamente outras esferas institucionais, como a política (FERREIRA, 2016), a religião (MARTINO, 2017) e o esporte (SATUF, 2014). “Por midiatisação da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica” (HJARVARD, 2012, p. 64).

A midiatisação de práticas sociais e culturais é uma consequência da ubiquidade de múltiplos dispositivos tecnológicos de comunicação interconectados e de sua crescente penetração no tecido social. Trata-se, portanto, de um fenômeno diretamente relacionado à globalização responsável por expandir rapidamente novas práticas e processos midiáticos, afetando um número cada vez maior de territórios e culturas.

Entretanto, é preciso deixar claro que o simples emprego tecnológico para fins comunicacionais não desencadeia processos de midiatisação. Segundo Hjarvard (2012), a imprensa exerceu enorme e decisiva influência sobre a religião, mas não implicou em sua midiatisação. Nesta perspectiva, a midiatisação apenas se manifesta no momento em que as instituições tradicionais e com ritos historicamente instituídos, passam a se submeter a algumas regras próprias dos meios de comunicação no intuito de ter acesso aos recursos midiáticos. Dito de outra forma, para se caracterizar um processo de midiatisação na vertente institucional, é preciso que se verifique a ocorrência de deslocamentos ou reconfigurações de práticas e processos no interior de um campo social determinado.

Assumindo postura crítica, Hepp (2013) argumenta que a tradição institucional se concentra nos meios de comunicação tradicionais para examinar como a “lógica midiática” passa a pautar outras instituições, gerando alterações internas em campos historicamente estabelecidos. Existe, porém, outra abordagem possível: a midiatisação da vida cotidiana, também conhecida como midiatisação “socioconstrutivista”. Tal abordagem está mais interessada nas práticas comuns do dia a dia, fator que a aproxima do interacionismo simbólico e da sociologia do conhecimento.

O objeto desse tipo de pesquisa é investigar a inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a mudança sociocultural como parte das práticas de comunicação do cotidiano, e como a mudança dessas práticas está relacionada com uma alteração na construção comunicativa da realidade. Está em questão aqui não apenas a mídia de massa “clássica”, mas, especialmente, a chamada “nova” mídia da internet e da comunicação móvel. (HEPP, 2013, p. 618)

Isso não significa dizer que basta adotar as novas mídias como objeto de estudo em detrimento aos meios tradicionais para conduzir pesquisas na abordagem socioconstrutivista. A midiatisação da vida cotidiana leva em consideração justamente

a complexa sobreposição de dispositivos midiáticos que repercute na sociedade como um todo, não apenas sobre as instituições. Tal abordagem permite investigar o cotidiano em toda sua dimensão, incluindo as relações ordinárias que muitas vezes se tornam imperceptíveis justamente pela naturalização das práticas.

No intuito de unir as duas correntes – institucional e socioconstrutivista – Hepp (2013) propõem a noção de “forças de moldagem” (*moulding forces*) para investigar a “pressão” que os meios de comunicação exercem sobre as configurações sociais, mas sem implicar em determinismos. As “forças de moldagem” estão em sintonia com a midiologia clássica e também com a vertente institucional da midiatização, contudo, rompem com a noção de que as tecnologias são responsáveis por condicionar ambientes ou que o sistema midiático impõe sua “lógica” aos outros campos.

É fundamental compreender a impossibilidade de se conduzir estudos de midiatização sob o viés da causalidade de efeitos gerados pelos meios tecnológicos, que na pesquisa em comunicação é denominado pejorativamente de “midia-centrismo” (LAGE, 2011). Ao contrário, é imperativo reforçar o caráter contextual das ações comunicativas concretas, examinando as particularidades que ajudam a evitar as equivocadas abordagens lineares e, ao mesmo tempo, procurar expandir as possibilidades de análises complexas (HEPP, 2013).

4 | O FIEL MDIATIZADO NAS ROMARIAS DE JUAZEIRO DO NORTE

Em busca destas ações comunicativas concretas que permitem examinar o fenômeno da midiatização, este artigo concentra a análise nas romarias em homenagem a Padre Cícero na cidade de Juazeiro do Norte, na região do Cariri cearense. O intenso fluxo de fiéis começou ainda no final século XIX, quando foi atribuído um suposto milagre intermediado pelo pároco. As romarias se intensificaram após a morte de Padre Cícero, em 1934, e hoje geram um afluxo de milhares de pessoas organizadas em caravanas provenientes de diversas regiões.

Segundo Cordeiro (2011), as estimativas apontam que cerca de 600 mil fiéis visitam Juazeiro do Norte durante a Romaria de Finados, principal peregrinação do ano. Há, portanto, a delimitação de um objeto de estudo fértil para compreensão do fenômeno da midiatização aplicado ao campo religioso.

No caso dos estudos sobre a midiatização da religião, o que se busca compreender são as modalidades de presença das práticas religiosas no ambiente das mídias, com a possibilidade, sempre aberta, de verificar as mudanças presentes no fenômeno religioso a partir de sua articulação com o ambiente midiático (MARTINO, 2017, p 100)

Com base nesta afirmação, o presente estudo buscou detectar a midiatização do fiel, que deixa de ser apenas um membro passivo da mediação religiosa ao ser inserido em outras tramas comunicacionais nas quais ele próprio se torna produtor ativo de significados. A investigação reúne elementos que permitam traçar o perfil

deste romeiro hiperconectado apto a participar tanto da captação de material quanto da circulação dos conteúdos em múltiplas plataformas. Do ponto de vista teórico, o “fiel midiaticizado” é um agente fundamental para se entender as transformações da religião no século XXI. Cabe destacar que a expressão “fiel midiaticizado” é empregada em alguns trabalhos acadêmicos (SBARDELOTTO, 2011; ZAPANI, 2011; FANTONI, 2012), mas nenhuma das pesquisas apresenta uma discussão pormenorizada deste novo ator constituído pelos processos midiáticos contemporâneos.

Um primeiro elemento identificado na investigação empírica é a utilização, por parte dos líderes religiosos, de plataformas sociais on-line que conectam os fiéis aos espaços de celebração. A Basílica Santuário Nossa Senhora das Dores, no Centro de Juazeiro do Norte, é um dos pontos mais visitados pelos romeiros e pode ser apreendida como um bom exemplo da midiaticização da fé (SATUF et al., 2017). A página da basílica no Facebook possui mais de 64 mil seguidores e transmite as missas ao vivo. Cada transmissão gera centenas de participações dos fiéis entre “curtidas”, comentários e compartilhamentos.

A exibição da missa por plataformas sociais on-line pode ser vista como uma simples atualização do televangelismo da segunda metade do século XX (THOMAS; LEE, 2012), porém, é mais do que uma atualização. Na Figura 1 é possível examinar o post de transmissão da missa de 12 de maio de 2017. A igreja não está cheia, é possível identificar pouco mais de 20 fiéis no campo visual da imagem. Os dados associados à publicação revelam que a transmissão on-line foi acompanhada (na íntegra ou parcialmente) por 746 pessoas, gerando 133 curtidas, 82 comentários e 27 compartilhamentos. Além da dispersão física dos fiéis – algo que já ocorria em transmissões via rádio e TV –, agora aqueles que estão distantes geograficamente do local de celebração podem se tornar visíveis e interagir por meio de mecanismos próprios das plataformas digitais.

Mãe das Dores Juazeiro
@MaedasDoresJuazeiro

Página inicial

- Sobre
- Fotos
- Eventos
- Avaliações
- Curtidas
- Vídeos
- Publicações

[Criar uma Página](#)

Mãe das Dores Juazeiro fez uma transmissão ao vivo.
11 h · 🌐

Santa Missa do dia 12/05/2017 6h
Sexta-feira da 4ª semana da Páscoa
Presidida pelo Padre Toninho

746 visualizações

Curtir **Comentar** **Compartilhar**

133 Comentários mais relevantes

27 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Dorinha Souza · 24:31 Bom dia meu querido e amado juazeiro basílica de nossa senhora das dores abençoe minha família e amigos amem
Curtir · Responder · 10 h

Maria Quiteria · 29:51 senhor eu não sou digna que entrei em minha morada mais disse uma só palavra eu serei salvar
Curtir · Responder · 10 h

[Ver mais comentários](#) 2 de 82

Figura 1 - Transmissão simultânea, via Facebook, de missa celebrada na Basílica Santuário Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte (CE).

Fonte: Reprodução Facebook

Segundo Sbardelotto (2016), as lógicas que articulam as pessoas, a Igreja e os grupos conformam um “dispositivo conexial” típico dos processos de midiatização: “um sistema sócio-técnico-simbólico heterogêneo de matrizes comunicacionais que possibilitam a conexão digital e organizam a interação entre os agentes em rede” (p. 170). A noção de “dispositivo conexial” parece se aproximar do conceito de “conectividade organizada” proposto por Debray (1997), pois conforma uma rede de transmissão simbólico-cultural a partir de “matérias organizadas” (as tecnologias) e de “organizações materializadas” (as instituições). A diferença agora é a dimensão da ubiquidade comunicacional associada à visibilidade dos sujeitos dispersos geograficamente e da possibilidade de participação remota.

A ubiquidade comunicacional e a constituição de um fiel midiatizado ficam ainda mais evidentes nas ruas de Juazeiro do Norte, onde as romarias ganham vida. Basta observar o movimento intenso de corpos e dispositivos móveis de comunicação para

constar que a fusão entre fé e tecnologias digitais é uma constante nesse tipo de manifestação religiosa. A redução do custo de aquisição dos aparelhos e a queda dos valores cobrados pelas operadoras pelos planos de conexão (3G e 4G) tornam a tecnologia acessível, mesmo para estratos socioeconômicos menos favorecidos.

A hiperconexão está de tal forma entranhada no tecido social que conduz Lemos (2011) a sustentar que a configuração sociotécnica atual torna impossível dissociar comunicação, mobilidade, espaço e lugar. As relações dos seres humanos com os territórios se transformam diante das tecnologias comunicacionais ubíquas. Se as romarias sempre foram definidas pelo deslocamento de corpos e imagens sagradas, hoje esse deslocamento tem novos elementos: os dispositivos digitais conexão. Os fiéis portam smartphones que captam fotografias e vídeos logo publicados em aplicativos de redes sociais on-line. Estas redes levam instantaneamente o material multimídia a um público maior, que não está fisicamente presente à romaria, mas que experimenta o evento pelas redes digitais.

É essencial esclarecer que esse tipo de experiência religiosa não é mediada somente pelos meios de comunicação massivos, configuração básica do televangelismo do século XX, mas pelos próprios fiéis midiáticos: milhares de nós interconectados a conformar um emaranhado comunicacional que tornam ainda mais complexas as fronteiras midiáticas.

Em períodos de romaria, os locais sagrados, como as igrejas do centro de Juazeiro do Norte e a colina do Horto, onde está a estátua de Padre Cícero, transformam-se em territórios informacionais de atravessamento de corpos e redes digitais. Para o fiel midiático, 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.

Essa nova configuração das práticas religiosas pode ser observada em um vídeo publicado no YouTube. Em diversos trechos do vídeo podem ser vistos fiéis apontando os smartphones para a imagem sagrada de Padre Cícero nas que percorre as estreitas ruas do centro de Juazeiro do Norte (Figura 2). As chamas das velas, marco simbólico das romarias, agora se confundem com as luzes e flashes dos dispositivos móveis de comunicação.

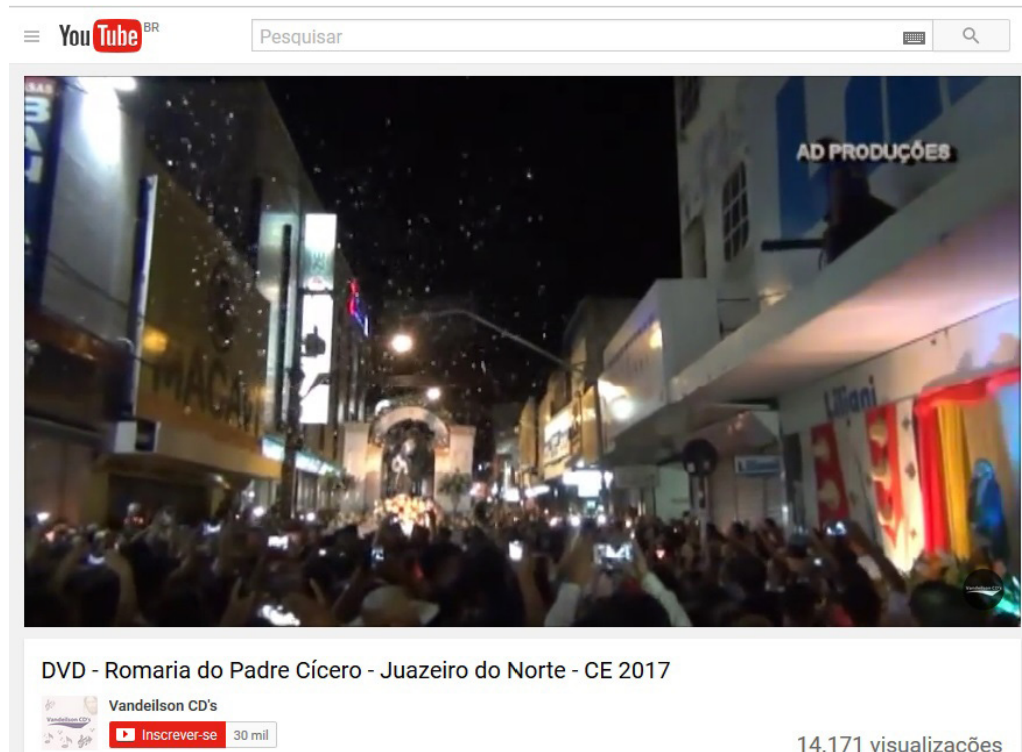


Figura 2 – Vídeo publicado no YouTube mostra fiéis usando smartphones para captar imagens durante celebrações da romaria em Juazeiro do Norte (CE)

Fonte: Reprodução YouTube

Os dois exemplos descritos acima – a transmissão de missas pelo Facebook (Figura 1) e a utilização de smartphones nas romarias (Figura 2) – servem para demonstrar que a midiatização da religião tem múltiplas nuances. Os líderes religiosos, os fiéis e as tecnologias comunicacionais (“novas” e “velhas”) exercem pressão sobre a religião. São as tais “forças de moldagem” usadas figurativamente por Hepp (2013) para tratar dos fenômenos sociais atravessados pela mídia. Ainda que de forma abreviada, os exemplos trazem elementos das correntes institucional e socioconstrutivista da midiatização, duas visões que devem confluir para a correta compreensão das práticas religiosas contemporâneas.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fiel midiatizado sintetiza a reconfiguração das práticas religiosas no século XXI. Este novo ator social é marcado por deslocamentos e permanências. Estudar a religião pelo viés da midiatização obriga o pesquisador a prestar atenção tanto na dimensão tecnológica quanto nas práticas sociais em busca de continuidades e inovações.

O artigo tentou demonstrar que a midiologia clássica ajuda a compreender as raízes do fenômeno em causa ao tratar da relação entre as materialidades e os processos comunicacionais. Contudo, é preciso estabelecer novos marcos teóricos para dar conta do cenário atual. Neste sentido, estudar casos concretos como as romarias ajuda a incluir elementos à problemática e, ao mesmo tempo, permite testar

conceitos ainda em desenvolvimento.

Este artigo se limitou a analisar questões pontuais e deixa, portanto, uma série de lacunas que devem ser exploradas em investigações futuras. Uma delas é questão geracional. Há indícios de que existem diferentes formas de apreender as novas tecnologias de acordo com a idade do usuário. Há um amplo horizonte para investigar como a faixa etária pode ser uma variável determinante nas práticas dos fiéis midiáticos.

Há outra dimensão que precisa ser detalhada em pesquisas futuras: a articulação dos romeiros por meio de mensagens instantâneas. Aplicativos como o WhatsApp funcionam como ferramentas de coordenação, permitindo a convocação e o agendamento de atividades pelos fiéis. Em que medida apps de mensagens alteram os fluxos durante as romarias? Este tipo de análise deve se apoiar em pesquisas de campo de caráter participativo e/ou etnográfico.

REFERÊNCIAS

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

BOAS, Franz. **Antropologia cultural**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BRIGGS, A. & BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet** (2ª ed.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

CORDEIRO, Maria Paula Jacinto. **Entre chegadas e partidas: dinâmicas das romarias em Juazeiro do Norte**. Fortaleza: IMEPH, 2011.

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

DOMINGUES, J. A. (2010). **O Paradigma mediológico: Debray depois de McLuhan**. Covilhã, Portugal: Livros LabCom.

FANTONI, Francieli Jordão. **O Fiel Midiatizado: Uma Análise da Experiência Religiosa dos Fiéis das Igrejas Internacional da Graça de Deus e Universal do Reino de Deus**. Resumo publicado no Salão de Iniciação Científica, UFRGS, 2012.

FERREIRA, Jairo. A pólis que se faz em processos midiáticos: proposições sobre a política na perspectiva da midiatização. In: JESUS, E. et al., **Reinvenção comunicacional da política: modos de habitar e desabitar o século XXI**, 2016, p. 65-81

GUERREIRO, S. Antropologia da religião. In: PASSOS, João Décio; USARSKI, Frank. (Org.). **Compêndio de ciência da religião**. São Paulo: Paulinas, 2013, p. 243-256

HEPP, Andreas. The communicative figurations of mediatized worlds: mediatization research in times of 'mediatization of everything'. **European Journal of Communication**, 28(6), p. 615–629, 2013.

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

- INNIS, Harold. **O viés da comunicação**. Petrópolis, Brasil: Vozes, 2011. (Original publicado em 1951)
- LAGE, Leandro. Acontecimento e mediatização: entre o determinismo e a contingência. **Revista Eletrônica da Pós-Graduação da Cásper Líbero**, v. 3, n. 2, p. 1-12, 2011.
- LEMOS, André. Cultura da mobilidade. In: BEIGUELMAN, Giselle; LA FERLA, Jorge (Orgs.). **Nomadismos tecnológicos**. São Paulo: Editora Senac, 2011. p. 15-43.
- LIVINGSTONE, Sonia. On the mediation of everything. **Journal of Communication**, Vol. 59, p. 1-18, 2009.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6ªed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. Midiatização da religião e secularização: pensando as práticas religiosas no ambiente das mídias. **Revista PAULUS**, v. 1, n. 1, p. 97-108, 2017.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)**. São Paulo, Brasil: Cultrix, 1974.
- SBARDELOTTO, Moisés. **“E o verbo se fez bit”: uma análise de sites católicos brasileiros como ambiente para a experiência religiosa**. 2011. 205f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale dos Sinos, 2011.
- SBARDELOTTO, Moisés. O “católico” em reconexão: a apropriação sociorreligiosa das redes digitais em novos fluxos de circulação comunicacional. In: PROULX, Serge; FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula da (orgs.). **Midiatização e redes digitais: os usos e as apropriações entre a dádiva e os mercados**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016, p. 145-177.
- SATUF, Ivan. As telas ubíquas e a midiatização do torcedor de futebol. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 11, n. 2, p. 328-340, 2014. doi:<http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n2p328>.
- SATUF et al. Uma igreja nas redes sociais: a midiatização da religião em Juazeiro do Norte. **Revista Cambiassu**, p. 121-135, 2017.
- THOMAS, Pradip N.; LEE, Philip. Global and local televangelism: An introduction. In: THOMAS, Pradip N.; LEE, Philip (Eds.). **Global and Local Televangelism**. Palgrave Macmillan UK, 2012. p. 1-17.
- ZAPANI, Andre Kron Marques. **Capitanias midiáticas neopentecostais da formação à disputa pelo poder hegemônico**. 2011. 113 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) – Programa de Pós-graduação de Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná, 2011.

SOBRE O ORGANIZADOR

ALVARO DANIEL COSTA Mestre em História pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e também em Bacharelado em História pela UEPG. No ano de 2015 ganhou o 2º lugar no Prêmio José Marques de Melo de Estímulo a Memória da Mídia promovida pela Associação de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR).

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-079-7

