
Padre Cícero Romão Batista: A Construção Midiatizada do Servo De Deus no *Instagram*¹

Bianca Sobral Fernandes²
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

Este trabalho tem por objetivo discutir a presença do Padre Cícero Romão Batista no *Instagram*. Religioso influente em Juazeiro do Norte, no Ceará, que se perpetuou na fé e na memória do povo nordestino através de seus ensinamentos, e após 89 anos de morte, chega às redes sociais com um perfil oficial (@peciceroromao). Dessa maneira, discute-se aqui a construção midiaticizada do Padre Cícero nesse ambiente por meio de uma análise qualitativa e discursiva, abordando os processos de interação e comunicação com os fiéis através das relações inerentes ao processo midiaticização (Hepp, 2014; Harvard, 2014). Verificou-se que a conta na rede social comporta atividades de evangelização e interações simbólicas de devoção, que ajudam a narrar os acontecimentos veneráveis da vida do Padre Cícero e incentivar as práticas devocionais em louvor a seu nome e pela sua beatificação.

Palavras-Chave: Padre Cícero; midiaticização; cultura; religiosidade; comunicação.

1. Introdução

Juazeiro do Norte, no centro sul do Estado do Ceará, é uma cidade que se desenvolveu tendo suas raízes edificadas na fé desde o princípio: com a doação de um pequeno loteamento para a construção de uma capela dedicada à Nossa Senhora das Dores, onde, em 1872, o Padre Cícero Romão Batista, assumiu como pároco. Neste cenário, o “Padim Ciço” - como se tornou conhecido - se estabeleceu como figura religiosa, política e social atuante na comunidade, especialmente após 1889, quando, durante uma missa, a hóstia consagrada teria virado sangue na boca da Beata Maria de Araújo. O acontecimento gerou grande repercussão nos arredores e cidades vizinhas, ganhando rápida notoriedade aos que ouviam falar e depositavam fé no milagre atribuído ao sacerdote. Logo, pessoas de todas as partes do Nordeste e do Brasil,

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Religiões, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação do CCE-UFPI, email: bifernandes50@gmail.com

iniciaram suas peregrinações ao vilarejo em busca dos milagres, bênçãos e graças encontradas em Juazeiro.

De lá para cá, as romarias e as narrativas foram registradas na memória física, documental e cultural, por meio dos escritos, relatos, pinturas e fotografias. E Juazeiro do Norte, se fez uma cidade em potencial progresso. Hoje, um dos maiores centros culturais de religiosidade do país, graças à ilustre figura, considerado por muitos religiosos, o “Patriarca do Nordeste”: o Padre Cícero. Que há alguns anos se reconciliou com a Igreja Católica e em 2022 foi reconhecido como “Servo de Deus” pela Santa Sé, acendendo a esperança da nação romeira pela causa de sua beatificação.

A figura singular do Padim é sinônimo de esperança e ânimo para os peregrinos que cativam o apreço por seus ensinamentos, através de suas reflexões e preces que sobreviveram ao longo do tempo e foram passadas de geração em geração por meio dos relatos e das histórias populares que, com o avanço tecnológico, passaram a ser mediadas em ambientes midiáticos, sobretudo, nas mídias digitais.

As redes sociais são ferramentas de grande potencial de informação no dia a dia das pessoas, ao passo que contemplam atividades de interações simbólicas e permitem aproximações de pessoas afins dentro de um espaço amplo de subjetividades e expressões de afinidades, opiniões, crenças, costumes e culturas. No campo sagrado, esta midiática contribuição para a transformação cultural das expressões de fé e simbologias criadas conforme as instituições religiosas adaptam sua linguagem, seus ritos e celebrações a um novo ambiente: virtual, dinâmico e imediato. No *Instagram*, que é uma das maiores redes sociais do mundo, com mais de dois bilhões de usuários ativos, não é difícil encontrar perfis de igrejas ou de dirigentes religiosos adaptando suas pregações ao ambiente virtual, a fim de proporcionar uma experiência mediada por interações *on-line*, que se ampliam e se moldam às necessidades físicas e geográficas de seus seguidores.

A conta do Padre Cícero no *Instagram*, criada em abril deste ano de 2023, cativa atividades de relacionamento com os devotos, por meio das palavras, reflexões, fatos de sua vida cristã e partilhas de aproximação com sagrado, estabelecendo vínculos informacionais e subjetivos com os seguidores. Para tanto, este trabalho se debruça a perceber a construção da figura do Padre Cícero nesta rede social, discutindo as dimensões midiáticas na comunicação interativa que permeia as narrativas da história

de fé do Padim e fortalecem o elo entre os fiéis que acompanham o andamento do processo de canonização por meio desse ambiente.

2. O Elo Comunicacional

A midiatização (SODRÉ, 2002) é um fenômeno no qual o mundo vem experimentando com muita intensidade nos últimos anos, através dos meios de comunicação de massa, na transmissão e recepção das mensagens, na qual as relações de diversos setores sociais são tecidas através das mídias. Este processo histórico de transformação, vem se aprimorando há anos, ganhando cada vez mais espaço em nossas vidas: graças às inovações tecnológicas, especialmente, com a internet, que proporcionou a experiência de um modo de vida imediato, em tempo real.

Diante desses aspectos, é possível afirmar que as práticas religiosas se encontram cada vez mais imersas numa lógica de vida através das redes, que favorecem a sustentação de práticas e aproximam pessoas e grupos afins em um ambiente em comum, mesmo que acompanhado de espaços distintos. Que permitem relações como curtidas, comentários, compartilhamentos e demonstrações de fé que validam as crenças individuais e coletivas.

Dessa maneira, torna-se pertinente este estudo de caso, ao passo que é imprescindível pensar o papel que os meios de comunicação exercem nas sociedades modernas, desde a evolução dos veículos de circulação impressa, passando pela ascensão das ondas e transmissão do rádio e da televisão, até a chegada da internet no século XX, se agregando às nossas rotinas e concepções de valores e identidades (HALL, 2016).

A representação imortal do Padre Cícero na memória do povo nordestino, sua influência religiosa, política e moral transcende décadas e gerações, pois a religião pode ser entendida como um elo de signos que une pessoas com pensamentos e concepções equivalentes. E, num ambiente digital como o *Instagram*, onde o Brasil ocupa o segundo lugar em número de usuários no mundo, essa interação torna-se exponencial à medida que é possível difundir narrativas de forma compartilhada, que se ampara numa perspectiva de pertencimento e se alimenta da relação entre memória, aprendizado e construção de singularidades entre os usuários, a partir do momento que é possível

encontrar aproximações de si na partilha com o outro, em um cenário que envolve uma sequência de subjetividades.

3. Dimensões Midiatizadas

Desde o início dos tempos, o homem precisou estabelecer mecanismos que favorecessem sua adaptação e domínio do ambiente, obtendo e registrando respostas e acontecimentos mediante diversos conhecimentos adquiridos. Dessa forma, tornou-se necessário o desenvolvimento de sinais e linguagens que tornasse viável o processo comunicacional. No tocante a essa multiplicidade, Lucia Santaella (1983, p.10), acredita que somos “seres de linguagem” que estabelecemos atos comunicativos complexos e diversos, tendo em vista que a ação comunicativa vai muito além da linguagem falada ou escrita, pois envolve uma série de sinais, símbolos e códigos que perpassam nossos sentidos sensoriais, vivências e particularidades, permitindo expressar uma mensagem.

Para tanto, é importante destacar alguns conceitos chave, amplamente empregados para a compreensão dos processos comunicacionais: McLuhan (1964), abordou a ideia de “Aldeia Global” nas imediações do território, na qual os meios de comunicação criaram uma grande bolha, ultrapassando as fronteiras físicas, materiais e territoriais de informação no espaço. Esta nova configuração constrói e recria simbologias na política, ciência, religião e em qualquer esfera de envolvimento humano. Em uma perspectiva posterior, Jesús Martín Barbero, publicou em 1986 a obra “Dos meios às mediações” retratando reflexões de como os meios de comunicação de massa criam efeitos de mediação nas pessoas, se agregando a concepções de valores e cultura.

No campo religioso, não é diferente (Martino, 2016), pois as práticas devocionais envolvem afinidades, comunhão e comunicação, sendo esta última essencial para todas as práticas religiosas. Hjarvard (2012, 2014) através de uma visão institucional, destaca o papel de protagonismo que a mídia assumiu junto às mais diversas esferas de comunicação, somando-se desde as rotinas pessoais e de trabalho, até aquelas ligadas ao interesse público como política e religião, criando uma comunicação massiva, dinâmica e independente. Para ele, esse processo se apresenta como um novo quadro teórico para pensar questões já discutidas, mas que se apresentam agora com novos horizontes e perspectivas sobre os impactos socioculturais gerados pela mídia. Segundo Fausto Neto (2001) a vertente de aproximação desse

fenômeno se consagra frente a um segmento de construção midiática que se caracteriza a partir de duas observações:

A primeira envolve as estratégias tele midiáticas, católicas e neopentecostais, desenvolvidas ao longo dos últimos anos e o recurso a gêneros discursivos da esfera midiática. A segunda, diz respeito às tensões e negociações que campos sociais midiáticos e não midiáticos desenvolvem para a construção e publicização de acontecimentos que se engendram no mundo da religião, mas que por força de suas ressonâncias culturais, passam pela, finalmente, esfera das mídias (FAUSTO NETO, 2001, p.2)

Desse modo, o fenômeno da midiatização contribui para a transformação cultural das expressões de fé e simbologias criadas nas interações devocionais. Ao passo que as rotinas produtivas e a mediação das pregações se encontram imbuídas em uma lógica a partir de dispositivos eletrônicos, que favorecem novas experiências de partilha em tempo real.

Historicamente, as procissões, peregrinações e cortejos religiosos pautam-se na quebra da rotina, no festejo, na alegria e louvor a um santo protetor. Para os católicos, a figura dos santos desempenha um papel importante na construção de sua identidade. Cascudo (2000), defende a ideia de que a religião e o folclore estão diretamente ligados desde a colonização do Brasil, com a incorporação do catolicismo e:

se caracterizam por serem manifestações de petição e de agradecimento por benefícios e de renovação dos pedidos feitos à imagem do santo protetor a devoção aos santos, característica da religião católica, é marcada pela realização de celebrações coletivas em sua honra ao longo do ano e permite compreender as diversas nuances das práticas de piedade popular. (SANTOS; LIMA, 2020, p. 56).

Partindo desse entendimento, protagonistas religiosos se encontram cada vez mais assíduos no meio digital, em especial, nas redes sociais, instituindo novas práticas e interações culturais por meio de discursos midiáticos (FAUSTO NETO, 2008). Essa midiatização dos costumes religiosos, evidencia o quanto a mídia exerce influência sobre as práticas individuais e coletivas, criando uma relação de reciprocidade:

Finalmente, os meios de comunicação interativos criaram novas possibilidades para que os indivíduos se engajem em comunicação e práticas religiosas fora do campo de controle das igrejas. O resultado geral não é um novo tipo de religião como tal, mas sim uma nova condição social em que o poder de definir e praticar a religião mudou (HJARVARD, 2014, p. 58).

Em sua teoria “sócioconstrutivista”, Hepp (2014), aponta o potencial de influência que as mídias exercem no cotidiano das pessoas, ao passo que as práticas culturais, tradições e outras personificações terem se agregado aos meios comunicacionais, especialmente as tecnologias mediadas pela internet, criando uma relação permanente de realidade midiática, ou seja, um modo de vida que se tece através do uso das mídias.

Dessa maneira, Sbardelotto (2017), conclui que a midiaticização da fé evidencia o quanto a mídia corrobora para transformações socioculturais, criando vínculos em um cenário que estabelece laços entre as redes do mundo físico e do virtual. Ao passo que os processo de onipresença facilita interações *on-line*, possibilitando convívios e conexões ubíquas de participação que atravessam o tempo e esbarram no elo entre a tradição e a inovação.

4. Estratégias Metodológicas

Em busca de visualizar de maneira consistente os processos comunicacionais midiaticizados aplicados ao perfil do Padre Cícero, os procedimentos metodológicos que norteiam esta pesquisa partem de um viés qualitativo, essa abordagem contempla a exploração de um cenário a partir de algumas perspectivas e observações que permitem um olhar mais aprofundado, intimista e crítico com o objeto pesquisado (Bauer, Gaskell, 2002).

A análise discursiva foi feita a partir do perfil @peciceroromao, no *Instagram*. Para tanto, inicialmente, partiu-se da observação da página na rede social, os tipos de publicações realizadas e o teor discursivo nas mensagens delas. Dessa maneira, buscou-se compreender como se estabelece a construção midiaticizada do Padre Cícero nesse ambiente digital, através de seu símbolo e representação, e como isso reflete uma comunicação interativa, que se cria com os devotos através dos vínculos e sentidos que perpassam a mediação e esbarram na midiaticização, por meio da comunicação virtual.

Desse modo, o perfil se estabelece como uma ponte de informação e evangelização com aqueles que buscam acompanhar o andamento do processo de canonização do sacerdote e suscita a inclusão de novos fiéis a conhecer e praticar a devoção as narrativas de fé do Padim, crenças que fazem de Juazeiro do Norte o altar do Nordeste.

5. O Padim no Instagram

Há 134 anos, em 7 de julho de 1889, Juazeiro do Norte vivenciou sua primeira romaria, tendo o Padre Cícero Romão Batista como sexto capelão da pequena capela dedicada à Nossa Senhora das Dores, que se tornou a primeira igreja da comunidade de “Joaseiro”. Segundo registros, essa primeira peregrinação contou com cerca de 3 mil pessoas. A tradição atravessou gerações e, nos últimos tempos, contou com a contribuição do aperfeiçoamento comunicacional para ampliar os horizontes informacionais, se consagrando através das mensagens midiáticas.

Com os avanços tecnológicos da comunicação, essas vivências puderam ser transmitidas de maneira mais expressiva através dos meios de informação, que ajudam a mediar os acontecimentos e as celebrações de fé - fenômeno de muita aderência no decorrer da história, desde a imprensa tipográfica, onde pregadores religiosos se utilizavam dos meios comunicacionais para expandir os horizontes de interação e partilha com seu público. Dessa maneira, através dessas ferramentas, criou-se uma maneira prática e hábil de aproximação entre instituições, figuras religiosas e os fiéis (HJARVARD, 2012).

Após quase 180 anos de nascimento e nove décadas desde sua morte, o Padre Cícero inaugura um novo capítulo na história que atravessa as dimensões da fé que perpassam as narrativas e o imaginário dos devotos e peregrinos, chegando às redes sociais (figura 1). Com isso, o perfil criado há poucos meses é seguido por mais de 4 mil pessoas no *Instagram* e comporta atividades de evangelização, louvor e rogos ao patriarca do Nordeste.

Além disso, elabora um elo de aproximação aos que cativam o amor aos ensinamentos, através das palavras pregadas pelo Padim - reflexões que antes eram mediadas de maneira mais presente pela oralidade, com os relatos dos mais velhos, a sabedoria popular, os cordéis, poemas e folhetos, e hoje são distribuídos de maneira

mais acessível através dos ambientes digitais. Santaella (2004), acredita que essa relação afeta a construção da identidade dos sujeitos nos ambientes digitais, onde as influências desdobram o “eu” na construção do imaginário, ao passo que começam a existir novas identidades, aprofundamentos e culturas diante do ciberespaço.



Figura 1. Primeira publicação no *Instagram* @peciceroromao

Segundo Martino (2014), novos mundos se criam e se conectam a todo momento em meio ao uso de ferramentas digitais, pois elas “foram apropriadas pelas pessoas, grupos, comunidades e sociedades como parte de suas atividades, de seus relacionamentos, suas vidas” (p.271). De tal modo, na rede social, a construção da figura simbólica do Padre Cícero se demanda a partir de novas necessidades e caminhos que se criam a fim de meditar a fé e estabelecer vínculos com novos públicos, além de abranger os já tradicionalmente existentes.

A construção midiática de um perfil, especialmente de uma divindade popular, se dá a partir de interações inerentes à devoção do público-alvo. Neste caso, possibilita aos católicos experimentarem panoramas singulares na manifestação de sua crença: por meio de curtidas, comentários, compartilhamentos e ações que engajam discursos e concepções. Sobre esta percepção, Hepp (2014) compreende que tudo que existe nesse

mundo midiático é construído, como em uma encenação: onde as mídias regem um processo que conta com práticas comunicativas que dependem de atores para acontecer.

Se tomarmos esse enredo como exemplo, podemos fazer a seguinte analogia: os atores coadjuvantes são os fiéis e figura religiosa e simbólica do Padre Cícero é o protagonista, o *Instagram*, é o cenário e a ponte para a articulação midiática, onde os padrões comunicacionais se instauram. Assim, é possível tecer a seguinte análise: de um lado, temos uma figura religiosa de forte influência na vida cristã dos peregrinos, que - ainda que postumamente - se faz presente em uma mídia digital atual e dinâmica como a rede social. Enquanto parte de uma organização, modela suas tradições e se adapta a um formato de presença/existência através de telas digitais, que permite a ampliação do alcance de comunicação com seu público por meio de postagens e ações simbólicas. Do outro lado, está o fiel, que agrega essa ferramenta virtual ao seu rito, como forma de validar sua crença, que pode reagir com ações de interação, como curtidas, compartilhamentos, comentários, pedidos de oração, depoimentos, envio de registros pessoais e muitos outros comportamentos que se convertem em ações representativas nessa rede.

Desse modo, o *Instagram* do Servo de Deus pode ser compreendido como uma conexão histórica, a partir do momento em que são tratados fatos significativos de sua vida sacerdotal, como observamos na figura 2. Este uso comunicacional pode ser interpretado como uma forma de aproximar os fiéis dos acontecimentos de ordenação de Cícero como Padre e de sua vida cristã, das benfeitorias para o crescimento de Juazeiro do Norte, assim como divulgar a fervorosa veneração dos peregrinos, mostrando também, as celebrações que acontecem em prol do reconhecimento de sua santidade, visando o fortalecimento dos laços de fé e a conversão de novos adeptos a causa da beatificação. Compreender essas nuances é essencial para visualizar como as trocas se convertem em momentos de comunhão, partilhados em tempo real com os demais usuários a partir de uma rede:

Levantar questões como essa torna evidente que as mídias não “fazem” nada por conta própria. Elas se tornam influentes na medida em que alteram os processos de interação simbólica ou, para ser mais preciso: de comunicação. Somos confrontados com complexos processos de entrelaçamento, nos quais certas práticas humanas se tornam institucionalizadas e reificadas em algo que chamamos de

"uma mídia", que – ela mesma em constante mudança - "altera" nossa construção (comunicativa) de culturas e sociedades (HEPP, HASEBRINK, 2015, p.76)



Figura 2. Fonte: Instagram @peciceroromao

Um outros aspecto importante de ser abordado, é o teor das mensagens expressadas através dos textos verificados nas legendas das publicações, sobre eles, é possível dizer que são elaborados com intuito de instigar interação e participação dos seguidores e, a partir da veiculação das imagens, é possível encontrar aproximações e demonstrações de afetos devocionais aos que já atribuem o título de santo ao Padre Cícero e interagem com os bustos, estátuas, camisas e outros objetos que estampam seu rosto, suas frases e profecias como sinal de afirmação de crença. Podemos dizer que esses são os “fiéis midiáticos” (SATUF, et al 2017), pois fazem uso de tecnologias que validam sua rotina de fé e testemunham sua prática cristã. Além disso, as histórias proféticas do Padre Cícero sobre as práticas devocionais e vivências futuras, são um dos capítulos mais celebrados pelos romeiros: ensinamentos que permanecem enraizados nos enunciados da memória.

Desse modo, podemos dizer que a construção midiática do Padim, é fruto, sobretudo, da necessidade de interação com o seu público em uma relação mútua de dependência e favorecimento de ambas as partes, sustentadas pelo pilar da comunicação

que interliga interesses, afinidades e relações alusivas que se sustentam através de um legado que nutre sentimentos e horizontes de esperança e prosperidade.

6. Considerações Finais

Diante das questões apresentadas pela temática, é nítido que a religião é um elemento que manifesta fundamental importância na vida e no comportamento das pessoas. Neste cenário, “a midiatização da religião redefine o que os sociólogos e especialistas chamam, de novas estratégias organizadoras e reguladoras da experiência religiosa, no Brasil” (FAUSTO NETO, 2001, p. 5). De tal modo, na rede social, esses católicos podem experimentar novas perspectivas na manifestação de sua crença.

Entretanto, é importante destacar que o perfil ainda está em construção e novas modificações podem surgir ou deixar de existir, tendo em vista a rápida capacidade de mudança pelo algoritmo da própria rede social e/ou novas demandas que possam surgir em meio a mediação da fé que gira em torno do Padim.

Por fim, cabe frisar, que as narrativas do Padre Cícero seguem a permear o imaginário na cultura e nas expressões de crença que chegam e ocupam de maneira representativa ambientes digitais, como em uma espécie de “santuário virtual” por meio de práticas que reterritorializam as práticas sagradas, extrapolando as dimensões do “aqui e agora”. De modo que, a “aparição” do Padre Cícero no *Instagram* cria um meio de onipresença e materializa uma significativa mudança nas relações de devoção com seus seguidores. Construindo novos horizontes de mediação de sentido às narrativas de vida do Padim, que segue escrevendo seu legado, agora, nas redes sociais.

Referências

BARBERO, J. M. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997, p. 45–89.

CASCUDO, Luis da Câmara. **Religião no Povo**. João Pessoa: Imprensa Universitária, 1974.

FAUSTO NETO, A. **Midiatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.

FAUSTO NETO, A. **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades** - dimensões discursivas. Intexto, Porto Alegre, n. 7, p. 33–46, 2001. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/3391>. Acesso em: 11 ago. 2023.

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.

HEPP, Andreas; HASEBRINK, Uwe. **Interação humana e configurações comunicativas: transformações culturais e sociedades midiaticizadas**. In: Parágrafo, v. 3, n. 2, p. 75 - 89, 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/333/341>. Acesso em 10 ago. 2023.

HJARVARD, S. **Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural**. MATRIZES, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

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

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

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais**. Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, Vozes: 2014.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1990. [Original publicado em 1964]

SANTAELLA, L. **Sujeito, subjetividade e identidade no ciberespaço**. In: LEÃO, Lúcia (orgs.). Derivas: cartografias do ciberespaço. São Paulo: Annablume; Senac, 2004

SANTOS, Ivig; LIMA, Maria Érica. “Caminhada com Maria” virtual: uma festa popular em diálogo com o digital. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 18, n. 41, p. 54-69, 2020.

SATUF, I.; SANTOS, M.; ROQUE, F. ;MOREIRA, D. **Uma Igreja Nas Redes Sociais: a midiaticização da religião em Juazeiro do Norte**. CAMBIASSU: ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO (ONLINE), v. 13, p. 121-135, 2017.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o Verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital**. São Paulo: Paulinas, no prelo, 2016

