

Festas religiosas no espaço virtual: dimensões socioculturais do turismo religioso no Estado Rio Grande do Norte/RN

Religious celebration in a virtual space: sociocultural dimensions of religious tourism in Rio Grande do Norte

Maria Lúcia Bastos Alves

Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/RN, Brasil

E-mail: mluciabastos29@yahoo.com.br

Aline Gisele Azevedo Lima de Barros

Doutoranda em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/RN, Brasil

E-mail: alinegazevedolima@gmail.com

Adriana Melo Santos

Doutoranda em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/RN, Brasil

E-mail: dricamelo13@gmail.com

Sylvana Kelly Marques da Silva

Professora Adjunta do Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, São Bernardo/MA, Brasil

E-mail: sylvana.kelly@ufma.br

Artigo recebido em: 14-08-2021

Artigo aprovado em: 25-11-2021

RESUMO

O artigo resulta da análise de duas festas religiosas no estado do Rio Grande do Norte: Santa Rita de Cássia e Protomártires do Brasil que, já estruturadas em suas dinâmicas, reorganizaram seus espaços, deslocando as celebrações para os meios digitais - devido ao isolamento social provocado pela pandemia do Coronavírus (SARS-CoV-2). O objetivo é analisar as celebrações religiosas no processo de adaptação às novas formas de participação virtual com base nos discursos, imagens e ritos da devoção popular relacionada ao turismo religioso. Trata-se de um estudo de caso múltiplo com abordagem qualitativa resultante da observação, questionários via comunicador instantâneo (*Messenger*), participação em *live*, eventos *online* e discussões no meio virtual. Como resultado constatou-se que devido à pandemia, houve uma redução significativa da participação presencial de devotos, tanto na preparação dos festejos, como nas celebrações presenciais nos santuários. Conclui-se que as rupturas ocorridas nas celebrações religiosas em tempo de pandemia têm favorecido a emergência de um espaço estruturado por práticas de produção, circulação e consumo midiático, constituindo-se em elemento fundamental na eficácia social para a resistência e manutenção religiosa das festas.

Palavras-chave: Festas Religiosas. Espaço Virtual. Turismo Religioso.

ABSTRACT

This paper result to the analysis of two religious celebrations in Rio Grande do Norte state: Santa Rita de Cássia and Protomártires do Brasil which, already structured in their dynamics, reorganized their spaces, shifting celebrations to digital media - due to the social isolation caused by the Coronavirus pandemic (SARS-CoV-2). The objective is to analyze religious celebrations in the process of adaptation to new forms of virtual participation based on discourses, images and rites of popular devotion related to religious tourism. This is a multiple case study with a qualitative approach resulting from observation, questionnaires via instant communicator (*Messenger*), participation in *live*, online events and discussions in the virtual environment. As a result, it was found that due to the pandemic, there was a significant reduction in the presence of devotees, both in the preparation of the festivities and in the in-person celebrations in the sanctuaries. It is concluded that the ruptures that occurred in religious celebrations during a pandemic have favored the emergence of a space structured by practices of production, circulation and media consumption, constituting a fundamental element in the social effectiveness for the resistance and religious maintenance of the celebration.

Keywords: Religious Celebration. Virtual Space. Religious Tourism.

1. INTRODUÇÃO

As festas religiosas, como fenômeno cultural, revelam crenças e vivências demarcadas por um tempo/espaço que condensa uma identidade coletiva. São heranças da religiosidade colonial brasileira advindas das matrizes culturais indígenas, africanas e europeias dando origem ao denominado catolicismo popular. Atualmente, movimentam milhões de devotos, por todo o país e têm sido recuperadas como um campo fértil para desenvolvimento das atividades turísticas.

Sob este prisma, considera-se o turismo religioso, ou turismo por motivação religiosa, os deslocamentos relacionados às atividades que vão desde as viagens de peregrinações, romarias, visitas a santuários e locais de caráter histórico, mítico e espetáculos de cunho religioso, entre outros. É um segmento que pode contribuir para a valorização e a manutenção das práticas religiosas e espirituais, manifestações culturais e de fé, apreendidas como um patrimônio cultural próprio da região, ao mesmo tempo em que se tornam alvo das políticas públicas de desenvolvimento econômico do local.

Face ao nefasto cenário da pandemia do Coronavírus 2019-21 – com o primeiro relato que data de dezembro de 2019, início na cidade de Wuhan, província de Hubei, China –, que assolou o mundo e tem dizimado milhões de vidas¹, em 30 de janeiro de 2020, declarou-se a epidemia em termos de Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII). Logo, em 11 de março de 2020, foi confirmado o estado de calamidade pandêmica em todos os continentes, caracterizando-se com alto risco de contágio e, por consequência, tendo o isolamento social como principal forma de prevenção, junto com o fechamento de fronteiras territoriais no combate a proliferação do vírus.

Na América Latina e no Brasil os primeiros casos da doença chegaram com certo retardo em relação à China e aos países europeus. No Brasil, ainda de forma tímida, os primeiros registros ocorreram na primeira quinzena de janeiro de 2020, uma breve notícia publicada em 17/01/2020, no jornal Folha de São Paulo, dizia ser apenas “uma doença respiratória misteriosa que apareceu na China e está gerando preocupação [...]”². Dois meses após, em março de 2020, todos os noticiários impressos e virtuais registravam mortes confirmadas pelo novo vírus da

¹ Ver em Zhu N, Zhang D, Wang W, Li X, Yang B, Song J, et al. A Novel Coronavirus from Patients with Pneumonia in China, 2019. *N Engl J Med.* 2020 [acesso em: 16 de out. 2021]. Recuperado de <https://doi.org/10.1056/NEJMoa2001017>

² Ver em Folha de São Paulo: “Doença Respiratória Misteriosa mata dois na China e gera alerta nos EUA”, de 17 de janeiro de 2020. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/01/doenca-respiratoria-misteriosa-mata-dois-na-china-e-gera-alerta-nos-eua.shtml>

família Corona. Hoje, ao longo de um ano e dez meses, com intermitentes picos de crises agudas, oficialmente ultrapassamos a cerca de 605mil mortes no Brasil e nos aproximamos da marca de 5 milhões de mortes no mundo³.

O vírus apresenta um grande poder de contágio. Para tornar mais lento o processo e retardar o número de pessoas infectadas, medidas e ações restritivas têm sido as mais indicadas para conter o avanço da contaminação. Nesta realidade pandêmica encarou-se o fechamentos dos comércios, instituições públicas e privadas, igrejas, templos e santuários. Os lares tornaram-se o último espaço-refúgio, capaz de garantir certo abrigo, protegendo (relativamente) da difusão do vírus. Confinados em suas casas os fiéis e adeptos de todas as religiões, intensificaram as preces e promessas aos santos protetores. Muitos recorreram as plataformas digitais para expressarem suas experiências de medo, solidão e angustias, ao mesmo tempo em que participavam de cultos e reuniam-se em grupos de orações nos espaços virtuais. A posição e recomendação da Igreja Católica foi de orientar os fiéis para ficarem em casa. Emblemática e histórica foi a cena em que Papa Francisco celebrou sozinho, sob chuva, uma missa na Praça de São Pedro, concedendo o perdão aos que morrerem por causa do vírus⁴.

A despeito das tradicionais celebrações religiosas, fatores de diferentes ordens se mostram centrais no processo de reinvenções e adaptações das festividades no cenário virtual. No caso específico das festividades religiosas em ambientes virtuais no estado do Rio Grande do Norte optou-se por olhares diferenciados e complementares tanto no que diz respeito às dimensões socioculturais, religiosas propriamente ditas, quanto à dimensão política de propagação do turismo religioso. Selecionou-se duas festas religiosas: a *Festa dos Mártires*, cunhada pela Igreja como *Promártires do Brasil*, realizadas nos municípios Uruaçu e Cunhaú e, a *Festa de Santa Rita*, no município de Santa Cruz. A escolha das referidas festividades justifica-se tanto por motivações religiosas de cunho devocional, quanto em relação aos investimentos de um turismo religioso no estado do Rio Grande do Norte (RN), figuradas no circuito de agências de viagem do Brasil (Bottini, 2020). A primeira, inserida no rol dos atuais investimentos da Igreja Católica na propagação de novos santos locais. A segunda, já

³ Ver em CONASS, @ConassOficial, #PainelConass Covid-19 de 23 de outubro de 2021. Recuperado de https://twitter.com/ConassOficial/status/1452017012419571712?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwteembed%7Ctwterm%5E1452017012419571712%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Ffolhاردigital.com.br%2F2021%2F10%2F23%2Fcoronavirus%2F2021-10-23%2Ftotal-ultrapassa-605-mil%2F

⁴ Ver em MUNIZ, Mariana. Papa Francisco celebra missa para praça vazia e dá “perdão universal”. In: Radar: Revista Veja, 27 de março de 2020. Recuperado de <https://veja.abril.com.br/blog/radar/papa-francisco-celebra-missa-para-praca-vazia-e-da-perdao-universal/>

consolidada na rota do turismo religioso, apostou em um modelo diferenciado de divulgação de uma das maiores estátuas do mundo. Ambas analisadas no período da pandemia causada pelo *Coronavirus 19* nos anos de 2020/2021.

Discute-se aqui as medidas adotadas pelas autoridades sanitárias e eclesiais em manter o isolamento social; a participação dos fiéis nos rituais de celebração transmitidos nos meios midiáticos e demais interesses de participação de diferentes atores relacionados à projeção do turismo religioso no Estado do Rio Grande do Norte. Entre elas destacamos: a) as relações e conexões estabelecidas entre os devotos envolvidos nos rituais de celebração; b) o papel desempenhado pela Igreja Católica – na evangelização e divulgação das crenças católicas; c) ação de gestores das políticas de turismo na divulgação de um destino turístico. Ressalte-se que o compartilhamento coletivo e a presença física nos espaços religiosos é um dos aspectos primordiais da devoção católica brasileira em uma profusão de ações e comportamentos cujo significado não pode ser buscado exclusivamente na esfera religiosa, mas também na relação que esta mantém com os diversos setores do contexto sociocultural onde se realiza.

Em se tratando dos devotos e peregrinos, considera-se que sendo impossibilitados de se deslocarem para os santuários e locais sagrados, celebram as festividades em suas residências e “navegam” por inúmeros *sites* dando novas dimensões e configurações que ultrapassam o espaço geográfico e fixo. Se no formato tradicional, o peregrino desloca-se para viajar até a casa do santo protetor, no período de pandemia, ritualiza suas crenças por meio das tecnologias digitais, numa espécie de “rompimento” dos limites do espaço físico para o espaço midiático (Flusser, 1967). Nos espaços digitais, expressam a fé conforme os seus sentimentos, mais livres e criativos, mesmo que não obedeçam aos dogmas da Igreja e não estejam diretamente vinculados à instituição eclesial. Em novo prisma, observa-se que ao transportarem suas devoções para o universo digital e/ou virtual, se veem dispersos diante do acesso rápido e impessoal no contato com o santo de devoção, fazendo com que as formas de se relacionar com o sagrado sejam modificadas, acrescentadas por novos elementos, reforçando algumas ideias e modificando outras.

Por sua vez, a Igreja Católica vista como administradora e responsável pelas transmissões dos rituais, é observada, principalmente, em dois aspectos: na legitimação e identidade da fé católica conferida no processo de evangelização, como também na atribuição de novos significados para antigos símbolos. Neste aspecto, retomamos as análises de Bourdieu (1999), ao considerar a subjetividade da experiência religiosa como práticas e discursos

socialmente produzidos na medida em que responde a uma demanda capaz de coletivamente dar sentido à existência dos que integram um dado grupo.

Em relação ao turismo religioso reforça-se a expansão das viagens propiciadas pela criação de novas rotas e roteiros do turismo religioso no Estado associado ao desenvolvimento socioeconômico e cultural das cidades e comunidades receptoras. Momentos em que líderes religiosos e políticos aproveitam para investir em seus projetos ao mesmo tempo em que ampliam o ciclo de relações entre diferentes usuários. Questiona-se: quais alterações as festas religiosas do catolicismo popular sofrem ao se deslocar para o ambiente virtual?

2. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, melhor forma de compreender um fenômeno no contexto em que ocorre e do qual é parte, organizada por intermédio de uma análise integrada conduzida por caminhos múltiplos de acordo com a necessidade do embasamento da apreensão dos fenômenos (Flick, 2013).

Seguindo as diretrizes de Flick (2013), objetivou-se a partir da descrição criteriosa dos fatos e fenômenos, obter informações e proporcionar novas visões sobre a realidade das festividades religiosas do estado do Rio Grande do Norte (RN/Brasil) durante a pandemia de COVID-19, aqui representadas pela Festa de Santa Rita de Cássia, no município de Santa Cruz, e a Festa dos Protomártires do Brasil ou Mártires de Cunhaú e Uruaçu. Esta última, composta por três santuários, um na capital do RN, Natal (Santuário dos Mártires, no Bairro de Nazaré), e dois nos lugares de martírio: um em Canguaretama, distante aproximadamente a 80 km da capital (Mártires de Cunhaú - Capela Nossa Senhora das Candeias do Engenho Cunhaú) e o outro em São Gonçalo do Amarante, região metropolitana de Natal (Santuário de Uruaçu).

Utilizou-se o estudo de caso múltiplo, que segundo Godoy (1995), investiga dois ou mais sujeitos, duas ou mais instituições, organizações ou eventos, com um único objetivo de descrevê-los. Uma abordagem resultante da observação, questionários via comunicador instantâneo (*Messenger*), participação em *live*, eventos *online* e discussões no meio virtual tendo em vista que o mundo digital se torna imbricado com a vida diária das pessoas—inclusive no que tange às práticas religiosas. Ratifica-se a escolha deste método por possibilitar a análise do *modos operandi* de como ocorrem as festas no espaço virtual no contexto da pandemia.

Diante da realidade pandêmica dos anos de 2020 e 2021, “a internet surge como um agente facilitador, uma vez que globaliza a informação” (Cacho, Anjos & Mendes-Filho, 2014, p. 15) e por isso o caminho escolhido para desenvolver essa pesquisa foi através da mineração

de dados *on-line* nos ambientes virtuais das duas festividades religiosas pertencentes à Arquidiocese de Natal⁵. Decidiu-se pela rede social *Instagram* por ser uma das mídias sociais mais populares e acessadas dos últimos tempos (Statista, 2020). Nesta rede social colocou-se, em seu buscador, os nomes das festas como palavras-chave a fim de identificar os endereços que realmente são relacionados às duas festas, encontrando-se para a Festa de Santa Rita de Cássia, o Instagram oficial da Paróquia de Santa Rita e do Santuário, em Santa Cruz (@paroquiasantaritam e @santuariodesantaritam), e para a Festa dos Protomártires do Brasil, os Instagram de uma Paróquia e duas comunidades (@santuariodosmartires, @caminhodossantosmartiresbrasil e @apostoladosantosmartires.rn). Após essas descobertas foi enviado um *link* com um questionário contendo apenas perguntas abertas, via mensagem privada, construído no *google forms* para os referidos *Instagrams*, solicitando que o responsável pela rede social respondesse ao mesmo, a fim de coletar informações gerais sobre suas respectivas mídias sociais para aprofundar as percepções sobre a festividade, as publicações, atividades e afins durante o período de pandemia. Esses roteiros ficaram disponíveis por 31 dias (01 a 31 de julho de 2021).

Por se tratar de pesquisa em ambiente virtual,

a concepção de universo ou *locus* da pesquisa tem sua peculiaridade, na medida em que não se trata necessariamente de intervir junto a indivíduos, organizações ou espaço determinado. Trata-se de um ambiente caracterizado pela dinâmica da informação e conhecimento disponibilizados de forma permanente e atualizada para um público multidiversificado. Por isso, a definição do público-alvo, unidades e sujeitos da pesquisa depende da natureza do estudo, consistindo em observar os ambientes virtuais (Cacho *et al*, 2014, p. 19),

A observação do conteúdo dos *Instagrams*, participação nas *lives* e eventos virtuais, discussão em meio virtual, foram realizadas concomitantemente ao período de disponibilização do questionário (01 a 31 de julho de 2021)⁶, sendo as últimas visitas em 02 de agosto de 2021. Na visita a cada *Instagram* foram analisadas as publicações de março de 2020 até julho de 2021⁷, a partir da análise de conteúdo qualitativa de Bardin (2016: 38), por ser “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Ao iniciar essas análises observou-se que o endereço @caminhodossantosmartiresbrasil não correspondia ao interesse da pesquisa, sobre a compreensão das medidas adotadas pelas autoridades sanitárias e eclesiais a fim de manter

⁵ <https://arquiocesedenatal.org.br/>

⁶ Durante todo mês de julho as referidas redes sociais foram visitadas pelas pesquisadoras, com o intuito de observar novas postagens, saber das *lives* e eventos virtuais, como missas, divulgação das festividades, etc.

⁷ Justamente o período do início da pandemia no Brasil, até o momento da elaboração deste artigo.

o isolamento social ao mesmo tempo que objetiva incluir novos meios de participação dos fiéis nos rituais de celebração. Portanto, optou-se por analisar as publicações de dois endereços correspondentes à Festa de Santa Rita de Cássia, em Santa Cruz, e dois da Festa dos Mártires de Cunhaú e Uruaçu. Essa exclusão é possível por se tratar de uma pesquisa qualitativa, pois na medida em que se coleta os dados, no campo (no presente caso *online*), pode-se perceber a necessidade de inclusão ou exclusão de informações (Flick, 2009). Para tanto, esses procedimentos de Bardin (2016) estão aqui desenhados nas categorias e critérios mencionados no quadro 01.

Quadro 01 - Categorias e Critérios de Análise

Categorias	Critérios de Análise
Informações Gerais do Instagram	Data de criação do perfil; número de publicações; número de seguidores; administradores da rede social;
Informações gerais sobre a Festa	Número de publicações relacionadas a festividade com total de visualizações para vídeos e de curtidas para imagens no geral e comentários. Classificação das publicações por conteúdo do perfil; Ações desenvolvidas relacionadas à festividade.
Adaptações realizadas no contexto pandêmico	Canal(is) utilizado(s) para que a festa acontecesse durante a pandemia; Atividades que foram excluídas, adicionadas, reconfiguradas, por conta do formato; Alcance das festividades no contexto pandêmico (visualizações e comentários) Alcance das <i>hashtags</i> relacionadas a festividade
Análise dos comentários	Nas postagens e nas transmissões ao vivo

Fonte: Elaboração Própria, 2021

A primeira categoria proposta refere-se às informações gerais sobre os endereços visitados, data de criação do perfil, número de publicações e seguidores, como também, seu(s) administrador(es). Em seguida, na segunda categoria, foram levantadas as informações gerais sobre cada Festa, número de publicações relacionadas a festividade, principais publicações sobre a festividade com total de visualizações, curtidas e comentários, classificação das publicações e ações desenvolvidas. Já a terceira categoria versa sobre as informações das Festas durante a pandemia de COVID-19 (*posts* de março de 2020 a julho de 2021), quais canais foram utilizados para que a festa acontecesse durante a pandemia, se houve atividade(s) excluída(s), adicionada(s), reconfigurada(s), por conta do formato, saber qual o alcance das festividades no contexto pandêmico (visualizações e comentários), como também, o alcance das *hashtags* relacionadas a cada festividade. E por fim, a quarta categoria, faz uma análise dos comentários das publicações relacionadas a cada festa. Todas essas categorias e critérios foram desenvolvidas a partir da realidade da mídia social escolhida, baseada em Rocha (2020), e com

o objetivo desta pesquisa, a fim de proporcionar informações úteis para se entender as especificidades de cada festa e então compreender como se adaptaram à realidade pandêmica.

Por fim, e considerando a ética na pesquisa científica inspirada na resolução 510 do Ministério da Saúde (2016), considerando a existência dos Comitês de Ética em Pesquisa (CEP) e Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) (Ministério da Saúde, 2016), resolveu-se manter sigilo e confidencialidade dos dados, não identificando os respondentes do roteiro de entrevista, utilizando-se os dados abertos, disponíveis nas respectivas mídias sociais investigadas, acesso amparado pelas orientações do Comitê de Ética da UFRN.

3. FESTAS RELIGIOSAS

Originárias das práticas culturais e religiosas advindas dos séculos XVI e XVIII, as festas religiosas do catolicismo popular configurou-se num processo de sincretismo religioso formado por práticas católicas trazidas pelos colonizadores portugueses; crenças indígenas que aqui se encontravam e, africanas professadas pelos negros trazidos como força de mão-de-obra escrava durante o período colonial. Diversos estudos atestam a centralidade deste tipo de religiosidade que tem os santos protetores, como intermediários entre Deus e os homens. São devoções relacionadas a milagres e partir de lugares nos quais edificaram uma identidade cultural e religiosa baseada, principalmente, no pagamento de promessas e na realização de festas aos santos padroeiros (Zaluar, 1983, Azzi, 1977, 1978, Hoornaert, 1991, Brandão, 1986, Fernandes, 1982, Del Priore, 1994).

As festas abaixo mencionadas apresentam-se como um momento especial para todos aqueles que, de forma direta ou indireta, participam do evento. Via de regra os rituais de celebrações são compostos por novenas, jantares de confraternização, quermesses, procissões, cavalgadas, missas e shows artísticos entre outros, próprios da cultura local. Descrevê-las, mesmo que sumariamente, requer “olhos de lince”, frente à riqueza da diversidade expressa, não só nas manifestações religiosas e culturais, como também nos documentos oficiais e relatos orais responsáveis pelos pilares que alicerçam o evento.

3.1. A Festa dos Mártires de Uruaçu e Cunhaú ou Protomártires do Brasil

Historicamente a Festa dos Mártires de Uruaçu e Cunhaú, consagrada pela Igreja como Protomártires do Brasil, expressam a memória e construção de um saber religioso e apontam para questões políticas e sociais mais amplas ocorridas nos municípios de São Gonçalo do

Amarante e Canguaretama⁸. Ambiente que por meio da trama histórica e religiosa, encena o passado das cidades vinculadas a massacres de católicos ocorridos em período colonial e os transformam locais de cultos. De acordo com Cascudo (1984) e Lira (1921), os massacres ocorridos em 16 de julho de 1645, remetem ao assassinato do Padre André de Soveral e outros 70 fiéis mortos durante uma missa dominical na Capela de Nossa Senhora das Candeias, no Engenho Cunhaú, no município de Canguaretama. No dia 3 de outubro, realizou-se outro massacre, no qual 80 pessoas foram mortas por holandeses, na comunidade Uruaçu, em São Gonçalo do Amarante.

Eclesiásticos pertencentes à Arquidiocese, Diocese e Paróquias de Natal, devotos, leigos e políticos locais empenharam-se no processo de beatificação, iniciado em maio de 1988, que culminou com a canonização em 15 de outubro de 2017. Processo este que, além de ser um fenômeno jurídico-teológico, possui uma dimensão política e social articulada à dinâmica de construção do turismo religioso no estado do Rio Grande do Norte. Fato que promulgou a lei que aprovou o dia 3 de outubro, feriado estadual.

Nas páginas dos *sites* entre outras plataformas digitais e de comunicação midiática, a santidade dos referidos Mártires tem se afirmado como protagonista do culto. Todo o material divulgado em torno da canonização tem o objetivo de popularizar a história dos Mártires e constitui um conjunto de ações estratégicas de diferentes grupos – religiosos, políticos e empresariais - que visam, de forma geral, divulgar os novos locais de culto, ampliar os horizontes da fé católica e, conseqüentemente, promover o turismo religioso no estado.

Tornou-se comum nas homilias, o celebrante louvar os Santos Mártires, sua personalidade, seus atos de fé e coragem. Como afirma Steil (1996), a crença surge a partir da junção destes elementos universais com os elementos locais, ou seja, com as referências simbólicas dos fiéis da região. Trata-se de um catolicismo que não é somente uma ‘identidade constituída’, o ‘estrutural institucionalizante’, mas é também o instituinte, que revela um dinamismo de reinvenção permanente e um impulso renovador.

O desenrolar do processo de canonização dos Mártires foi se tornando cada vez mais presente nas redes sociais e passou a focar não apenas os mártires, heróis da fé, mas também estratégias de interesses - político, eclesial e empresarial -, que de forma direta ou indireta tem se destacado nas mídias eletrônicas digitais. Ressalta-se aqui a divulgação midiática das empresas de turismo - Michele Tour; Aerotur; Arituba Turismo e Dandara

⁸ Localização geográfica das cidades em relação a Natal, capital do estado: São Gonçalo do Amarante está a 20 quilômetros de distância e Canguaretama a 79 quilômetros de distância.

Turismo - pertencentes a proprietários locais que fizeram parceria com representantes da Igreja Católica e políticos estaduais na promoção de viagens que levariam, devotos a Roma para participarem da celebração de canonização dos Mártires (Portal G1/RN, 2017).

3.2. A Festa de Santa Rita de Cassia

Celebrada na cidade de Santa Cruz⁹, a Festa de Santa Rita de Cássia tem início no dia 13 de maio, finalizando-se no dia 22 do mesmo mês; dia consagrado à santa padroeira, considerada pelos fiéis da região como a “Madrinha dos Sertões”. A história da devoção à Santa faz parte do processo de colonização do Nordeste brasileiro, ocorrido no final do século XVIII, e remete à história de Santa Rita de Cássia, nascida em Rocca Porena, território de Cássia, no ano de 1381, na Itália.

O diferencial desta festa encontra-se na construção do monumento de concreto armado com 56 metros de altura, construído no antigo Monte do Cruzeiro, localizado no Complexo Turístico Alto de Santa Rita, inaugurado em 27 de junho de 2010. Além da dimensão socioreligiosa, após a construção do complexo a festa adquiriu uma expressiva conotação política e midiática. Em redes sociais, perfis institucionais ligados à secretaria do turismo e à prefeitura; site da paróquia, que conta com *facebook*, *twitter* e *blogs* particulares; outros meios de comunicação, como emissora de rádio, jornais estaduais e locais, aproveitam a ocasião para registrar acontecimentos ocorridos antes, durante e após cada evento. Diversas são as informações que giram em torno da política.

Atualmente, o SEBRAE em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte / UFRN e a Prefeitura de Santa Cruz, elaboram um inventário da oferta turística, cujo objetivo é criar um roteiro “Turismo Religioso em Santa Cruz. Tal proposta visa gerar um pernoite na cidade, alterando o tempo das habituais visitas conhecidas como “bate-volta” e, conseqüentemente, movimentando a economia da cidade.

Como foi dito há uma íntima relação entre religião e mídia, concomitante a publicização da fé associada aos investimentos do turismo religioso. Relação em que os gestores, líderes religiosos e leigos proprietários de pequenas empresas, utilizam-se dos eventos religiosos como estratégias de marketing e publicidade para propagar os novos destinos turísticos atingindo um público cada vez maior.

⁹ A cidade fica a 123 quilômetros de distância de Natal, a capital do estado.

4. TURISMO RELIGIOSO NO RN

No afã da expansão das viagens turísticas propiciadas pela criação de rotas e roteiros, encontra-se o turismo religioso associado ao desenvolvimento cultural e socioeconômico das cidades e comunidades receptoras. Atividade que além de reunir devotos-peregrinos e demais atores sociais, aglutina projetos políticos culturais e econômicos, promovem interatividade e ampliam o ciclo de relações entre diferentes usuários.

Em relação à categoria de análise “turismo religioso” relacionada à peregrinação, reforça-se que desde a década de 1970 existe um campo vasto de publicações especializadas, originária dos estudos socioantropológicos (Timothy & Olsen, 2006; Vukonic, 2002; Turner, 1974; Coleman & Elsner, 1995; Coleman & Eade, 2004; MacCannel, 1973; Graburn, 1977; Smith, 1989; entre outros). Com o passar dos anos os debates em torno da definição de "turismo e peregrinação" e outros termos correlatos se expandiram, principalmente na década de 1990, quando vários pesquisadores contribuíram com conhecimento sobre locais aspectos seculares da pesquisa em peregrinação (Badone & Roseman, 2004; Digance, 2003).

Com foco nas peregrinações Eade e Sallnow (1991) trazem abordagens mais amplas do ponto de vista político, cultural e comportamental incorporada à perspectiva do turismo. Refletem a heterogeneidade da peregrinação, como aparece nos estudos teóricos e analíticos, e introduz uma nova base para comparar as peregrinações em todo o mundo, considerando a jornada como uma arena para discursos religiosos e seculares concorrentes (Eade & Sallnow, 1991).

Em contextos específicos, pesquisadores brasileiros também têm contribuído com perspectivas inovadoras sobre peregrinação e turismo. Trilham caminhos que se bifurcam no esforço de decodificação dos significados. Subjacente a esta questão, esconde-se outras concepções do que se entende por turismo religioso por parte dos peregrinos, em suas formas específicas e originais de ver e vivenciar o universo das romarias (Alves, 2013 a, b; Andrade, 2010; Dias & Silveira, 2003; Steil, 1996, 2002, 2003).

Apesar da primeira vez que o termo turismo ter sido professado pelo então papa Pio XII em 1952, foi somente com os avanços das tecnologias de informação que a igreja vem dando passos no sentido de encontrar uma lógica que congregue planejamento e aproximação desses valores representados pelo turismo, sejam eles éticos, morais ou econômicos (De Jesus, 2018). Mudanças importantes em relação às comunicações eletrônicas foram colocadas do Concílio Ecumênico Vaticano II (1962-1965). Segundo Puntel (2005), houve uma “reviravolta” na relação Igreja-comunicação midiática, incentivadas pelo Papa João Paulo II ao trazer para o

debate a figura dos “novos areópagos”. Ou seja, a necessidade e importância de um espaço cibernético onde se discutem as ideias e rumos da sociedade pós-moderna

Trazendo para singularidade das festas religiosas enquanto promotoras do turismo religioso, lembramos que a presença física nos espaços religiosos, bem como o compartilhamento coletivo para a vivência da fé é um dos aspectos primordiais da devoção católica brasileira. Entretanto, no contexto da pandemia esta situação inverteu-se. Os peregrinos e devotos são forçados a ficarem em casa e participarem dos rituais de celebração de forma virtual. Cenário que reflete uma transformação tanto na forma de participação quanto no que se refere à produção e ao acesso a informações. Se, por um lado, estão ocorrendo mudanças nas formas tradicionais de celebrar o sagrado, por outro os fiéis reinventam novas formas de expressão e vivência religiosas.

Nos *sites*, e plataformas digitais a exemplo do *Instagram*, podemos observar momentos de contrições, emoções e interações sociais em que se criam e recriam novos tipos de comportamentos diante do sagrado, sem o devoto precisar deslocar-se para o local de devoção. Realidade que não anula o desejo dos romeiros de viajarem em romarias e se fazerem presentes nos locais sagrados. Seja um futuro próximo ou em eventuais oportunidades. Concomitante ao calendário das celebrações festivas encontra-se uma polifonia de discursos em prol do turismo religioso. Momentos em que são acionadas informações que evidenciam pronunciamentos e confirmam a ideia de um turismo religioso dividido entre uma vertente que enfoca o mercado, e outra que enfoca a religiosidade.

O que nos leva a pensar que as celebrações das festas no espaço midiático conduzem a um olhar que remete tanto a um passado das experiências religiosas vividas no lugar de devoção, quanto no tempo presente onde as imagens e mensagens veiculadas entre os internautas possibilitam entrever posições políticas que contribuem para a construção de destinos turísticos. Espaços onde se revelam uma “arena de discursos” políticos e religiosos que encontram respaldo nas práticas de devoção ao mesmo tempo em que se propaga um destino para o turismo religioso. No caso das festas em estudo, ambas atestam tais estratégias ao mesmo tempo que contribuem para a ampliação da fé católica, estão imbricadas na criação de um espaço a ser trabalhado enquanto destino turístico.

5. FESTAS RELIGIOSAS: OPORTUNIDADES E DESAFIOS NOS ESPAÇOS VIRTUAIS

Graças às constantes transformações e evoluções tecnológicas, os diversos segmentos sociais investem, cada vez mais, no acesso fácil e rápido das informações. Como afirma Bellotti (2011, p.130) nas duas últimas décadas do século XX, as religiões ditas “tradicionais” passaram por adaptações a partir de “um processo de reconstrução de suas imagens, de seu passado e de suas memórias para buscarem uma relevância social e uma visibilidade pública em um mundo cada vez mais globalizado e midiático”

No âmbito da Igreja Católica o Papa Bento XVI foi o que mais refletiu sobre a midiaticização digital. Das oito mensagens ao Dia Mundial das Comunicações Sociais, quatro delas abordam especificamente a realidade do mundo digital. Desde o início, o pontífice reconhece que “as novas tecnologias digitais estão provocando mudanças fundamentais nos modelos de comunicação e nas relações humanas” (2009, s/p). Destaca que a facilidade de acesso a celulares e a computadores, junto com o alcance global e a onipresença da internet, criaram “uma multiplicidade de vias através das quais é possível enviar, instantaneamente, palavras e imagens aos cantos mais distantes e isolados do mundo: trata-se claramente de uma possibilidade que era impensável para as gerações anteriores” (Bento XVI, 2009, s/p). As pessoas, agora, graças às redes digitais, podem se encontrar “para além dos confins do espaço e das próprias culturas” (ibid., 2009, s/p).

Nesses ambientes, os usuários se apropriam do catolicismo de forma autônoma e, ao mesmo tempo, de forma pública, reforçam a circulação de suas crenças nas redes sociais. Ou seja, o “sagrado” passa a circular, fluir, deslocar-se nos meandros das comunicações virtuais, por uma ação não apenas do âmbito da produção da santidade dos Mártires, mas também mediante a interatividade de usuários conectados que fazem parte de um universo marcado pelo marketing político e religioso que atendem às diversas demandas sociais que se (re) atualizam constantemente.

Se antes da pandemia as festividades ocorriam de forma presencial com a habitual preparação das viagens de romaria ou peregrinações; no cenário pandêmico, o isolamento social tornou-se um imperativo ético e de responsabilidade social. Para evitar aglomerações e aumento dos casos de contaminação, os devotos são impulsionados e incentivados pela instituição eclesiásticas - Arquidioceses, Dioceses e Paróquias - a ficarem em casa, participarem dos rituais e fazerem a caminhada de fé nos espaços virtuais. O acesso fácil e rápido às informações geradas, disponibilizadas e atualizadas a cada momento, contribuiu para um movimento chamado por Lévy (1997) de “inteligência coletiva”, pois todos podem contribuir a qualquer

momento e de qualquer ponto com suas percepções e conhecimentos. A era digital e das redes, possibilitam múltiplas formas de criação e recriação de conteúdo, disponíveis em diferentes formas em quaisquer lugares (Castells, 1999, 2003; Lemos, 2010). Posição ratificada por Santaella (2008) ao afirmar que cada um pode tornar-se produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios produtos.

Nestes espaços as celebrações circulam com a espetacularização imagética das festas que coloca em evidência uma sucessão de imagens expressas na experiência individual e coletiva de “estar” no lugar sagrado que constroem o ato performativo do evento, visualmente transmitidas, na medida em que os participantes deixam registrados suas emoções, experiências pessoais que atestam a passagem em festividades anteriores, funcionando como sinais de fidelidade e compromisso com o santo protetor. Questões vivenciais, fatos cotidianos ou acontecimentos inusitados postados nos momentos ápices das celebrações, desafiam qualquer tentativa de compreensão humana e que perpassam a vida religiosa.

É imperativo informar, por esta ser uma pesquisa em ambiente virtual e especificamente na mídia social *Instagram*, os termos, expressões e denominações utilizadas nesta plataforma, de acordo com Rocha (2020): **publicação/post**: imagem e/ ou vídeo elaborados e disponibilizados no acesso inicial da mídia social; **perfil**: pode ser público ou privado, no qual compartilhará com seus seguidores suas mídias além de acompanhar o que os perfis seguidos compartilham e publicam; **feed**: ordenados por uma linha temporal, trata-se de uma página na qual encontra-se perfis seguidos que compartilham e publicam suas mídias, fotos e vídeos. Destaca-se que engajamento consiste no número de curtidas, comentários e visualizações; **seguidores** são os perfis que o usuário acompanha, ou seja, visualiza as publicações no feed/perfil; **curtidas, comentários, visualizações, hashtags**: são os números mensuráveis de pessoas engajadas, sendo: as curtidas uma reação de algum perfil que teoricamente gostou e curtiu a foto ou vídeo; os comentários são de usuários que viram/reagiram textualmente ou com *emotion* a mídia; as visualizações são a contagem em número de usuários que visualizaram determinada mídia e as *hashtags* são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados, criando um hiperlink disponível a todos os usuários que a acompanha; **live**: lançado em 2017, esta funcionalidade surgiu com o objetivo de que os perfis e usuários da rede pudessem transmitir ao vivo seus conteúdos, com o decorrer do tempo, foram adotados recursos como a transmissão instantânea de vários usuários na mesma transmissão, e a livre publicação desta transmissão ao vivo no perfil; **IGTV**: uma funcionalidade lançada em 2018, que conta com um canal de reprodução de vídeos, no qual podem ser publicados vídeos com a duração de mais de

um minuto, que é o tempo máximo atualmente dos vídeos no *feed* da mídia social. Nesta funcionalidade o limite de duração é de 60 minutos, e permite proporções de telas mais personalizadas para o formato do vídeo.

Explicada essas particularidades pode-se adentrar na análise dos dados coletados, tanto dos questionários enviados por meio de mensagem privada a cada um dos quatro *Instagrams* investigados, como dos próprios, concomitantemente, dois referentes a Festa de Santa Rita de Cássia, o oficial da Paróquia de Santa Rita e do Santuário (@paroquiasantaritarn e @santuariodesantaritarn), e dois referentes a Festa dos Protomártires do Brasil, o oficial da Paróquia dos Santos Mártires, em Natal, e o outro de uma comunidade que tem por objetivo divulgar os Mártires (@santuariodosmartires e @apostoladosantmartires.rn). Os questionários ficaram disponíveis por 31 dias (01 a 31 de julho 2021) e em cada *Instagram* foram analisadas as publicações de março de 2020 até julho de 2021, referentes as festas, devido o objetivo deste artigo ser, justamente, o de analisar as celebrações religiosas no processo de adaptação às novas formas de participação virtual com base nos discursos, imagens e ritos da devoção popular relacionada ao turismo religioso.

Nesse contexto, a partir do quadro 01 (metodologia), pode-se iniciar mencionando as informações gerais de cada Instagram como data de criação, número de publicações e seguidores, além do(s) administrador(es) da rede social. Essas informações gerais são apresentadas, a seguir, no quadro 02 e foram coletadas a partir dos questionários e em visita a cada Instagram no dia 02 de agosto de 2021 às 11 horas e 21 minutos.

Quadro 02 - Informações Gerais do *Instagram*

Instagram/ Critérios	@paroquiasantaritarn	@santuariodesantaritarn	@santuariodosmartires	@apostoladosant osmartires.rn
Data criação do perfil	13 de maio de 2016	26 de fevereiro de 2017	26 de julho de 2019	18 de fevereiro de 2019
Número publicações	2097	66	839	53
Número seguidores	11 mil	2342	4871	759
Administradores da rede social	Pascom ¹⁰	Pascom	Pascom	Não identificado

Fonte: Elaboração Própria, 2021

¹⁰ Pastoral da Comunicação

Percebe-se que essas redes sociais foram criadas em anos recentes, a mais antiga data do ano de 2016 (@paroquiasantaritam), considerando que as redes sociais *online*, segundo Barefoot (2010), começaram a surgir em 2003, as duas referentes aos Santos Mártires de Cunhaú e Uruaçu, iniciaram seus trabalhos em 2019, o que pode ser justificado devido a canonização dos Santos datarem do ano de 2017 (Santos, 2018). É interessante observar, também, que, por mais que sejam mídias sociais recentes, já possuem um número de publicações considerável, como também de seguidores, sendo a mais recente (@santuariodosmartires) com 4871 e a mais antiga (Santa Rita), 11 mil seguidores. Quanto à informação sobre a administração da mídia, não se conseguiu a informação de apenas uma, enquanto em duas foram através das respostas do questionário e uma do próprio *Instagram*.

No que diz respeito à segunda categoria Informações gerais sobre a Festa, o quadro 03 apresenta os dados fidedignos das duas festas e dos quatro *Instagrams* analisados em relação ao número de publicações relacionadas a festividade com total de visualizações para vídeos e de curtidas para imagens no geral e comentários. Vale ressaltar ainda, que essas redes sociais foram visitadas pelas pesquisadoras durante o mês de julho de 2021, acrescidos os dias 01 e 02 de agosto de 2021 (data do encerramento da coleta de dados).

Quadro 03 - Informações gerais sobre a Festa

Critérios	@paroquiasantaritam	@santuariodosantaritam	@santuariodosmartires	@apostoladosantosmartires.rn
Presença digital da Festividade	Publicações: 34 Curtidas: 14.193 Comentários: 206 Visualizações: 9.620	Publicações: 8 Curtidas: 1.753 Comentários: 21 Visualizações: 1.681	Mártires de Cunhaú	Mártires de Cunhaú
			Mártires de Cunhaú e Uruaçu	Mártires de Cunhaú e Uruaçu
			Publicações: 21 Curtidas: 1.891 Comentários: 164 Visualizações: 249	Publicações: 10 Curtidas: 228 Comentários: 1 Visualizações: 221
			Publicações: 62 Curtidas: 5.302 Comentários: 110 Visualizações: 4.120	Publicações: 5 Curtidas: 217 Comentários: 11 Visualizações: 104

Fonte: Elaboração Própria, 2021.

O quadro 03, quanto ao Festejo dos Mártires de Cunhaú e de Uruaçu, constata que no ano de 2020, houve bem mais publicações que em 2021, em ambos os endereços, presume-se que este fato seja justificado, pela festa ocorrer em duas datas diferentes (16 de julho - Mártires de Cunhaú - e 03 de outubro - Mártires de Cunhaú e Uruaçu), principalmente, devido a festa do

dia 03 de outubro ainda não ter ocorrido em 2021. No que tange a festividade de Santa Rita encontrou-se o mesmo aspecto e considerando que já houve a celebração no ano corrente, infere-se que a Pastoral de Comunicação (Pascom), especificamente, da Paróquia de Santa Rita promoveu encontros para planejamento de suas ações, que reverberou na ampliação da sua presença digital.

Nos perfis analisados e de acordo com a categoria comentários, após a leitura de todas as menções, é possível afirmar que as instituições religiosas carecem de impulsionar o diálogo/interação em suas redes sociais, visto que a maioria das perguntas/manifestações realizadas (versando desde a logística do festejo e/ou demais ações realizadas no período até as declarações de fé/intercessões às santidades) não recebiam respostas/comentários dos administradores do perfil. A base da mídia social segundo Corrêa (2010, p. 87) é ser “um recurso destinado a estimular processos de interação social e conexão de diversas opiniões, grupos, movimentos e comunidades”. Advoga-se que os perfis supracitados podem potencializar o espírito de Igreja/comunidade no contexto virtual ao atentar-se a interagir e assim engajar os seus fiéis/seguidores. Esta ressignificação da ação pastoral, de acordo com Oliveira (2020) tem como desafio a produção de práxis pastorais centradas no cuidado às pessoas da igreja e da sociedade em tempos de pandemia e de política de isolamento social.

Ainda nesta segunda categoria observou-se os principais temas e tipos de mídia utilizadas para realizar publicações, no caso da Festa dos Mártires, ainda não há *post* em nenhuma das duas mídias sociais referentes ao festejo de 03 de outubro de 2021, mas quanto ao ano de 2020, para as duas datas, segundo a resposta do questionário, os principais temas dos *posts* dizem respeito ao tempo litúrgico da Igreja, missas votivas aos Santos Mártires (todo dia 03 de cada mês) e das festividades quando se aproxima de seus respectivos períodos de realização. Em relação a Festa de Santa Rita, também, se encontram postagens referentes ao calendário litúrgico e a festividade, da sua preparação à cobertura do evento nos dois perfis. No perfil da Paróquia Santa Rita há, também, publicações de datas comemorativas, dias votivos da padroeira Santa Rita, datas da cidade e sobre os principais santos da igreja. Segundo as escritas dos respondentes do questionário, a devoção a Santa Rita tem sido uma das prioridades a ser trabalhada no perfil.

Quanto aos tipos de mídia utilizadas observa-se nos *Instagrans* a ocorrência de fotografias de pré-eventos relacionados a festa, imagens com informações gerais, programação da festa, convites, etc., como também, vídeos informativos sobre como a festa ocorreria e como aconteceu em 2020 devido à pandemia. É interessante mencionar, no que se refere aos vídeos,

que são as publicações mais visualizadas, um aparece nas duas mídias sociais referentes a festa de 03 de outubro, em um Instagram teve 717 visualizações e no outro 104, nenhuma outra forma de postagem teve tantas curtidas e visualizações. Os perfis voltados a festividade de Santa Rita fazem uso de diversos formatos (imagens e vídeo), há uma ênfase, no período analisado, na publicização dos atos/orientações arquidiocesanas frente a pandemia Covid-19, há também postagens sobre a festividade nos anos de 2020 e 2021 (programação, contagem regressiva e cobertura do evento) e sobre a devoção/romaria de Santa Rita, com vídeos destacando a sua potencialidade para o turismo religioso (este último no perfil da Paróquia de Santa Rita).

Agrega-se, quanto às ações desenvolvidas relacionadas à festividade, aconteceram em ambiente virtual, como por exemplo, o sorteio do Terço dos Santos Mártires, para a festa do dia 16 julho, em que a postagem informava todas as regras de como participar do sorteio via Instagram tendo 117 curtidas e 151 comentários (apenas indicando usuários do Instagram para participar desse sorteio). Uma ação referente a festa do dia 03 de outubro foi a venda *online* de máscaras com a imagem dos Santos e de um kit com o novenário da festa e máscara tanto para ajudar nas despesas gerais da Paróquia como da festa. Já os devotos de Santa Rita puderam enviar fotografias para serem dispostas nos bancos da Paróquia de Santa Rita e adquirirem (mediante compra *on line*) máscaras e/ou camisas com a estampa alusiva à festividade.

Para a penúltima categoria de análise, adaptações realizadas no contexto pandêmico (Quadro 04), em que se visou especificar o(s) canal(is) utilizado(s) para que a festa acontecesse durante a pandemia e as atividades que foram excluídas, adicionadas, reconfiguradas, por conta do formato, o alcance das festividades no contexto pandêmico (visualizações e comentários) e o alcance das *hashtags* relacionadas a festividade.

Quadro 04 - Adaptações realizadas no contexto pandêmico

Instagram/ Critérios	@paroquiasantarirarn	@santariodesantaritarn	@santuariodosmartires	@apostoladosantosmartires.rn
Canal(is) de transmissão	<i>Youtube e Facebook (Tv Santa Rita); Instagram</i>	<i>Youtube e Facebook (Tv Santa Rita); Instagram</i>	<i>Youtube: TV Santos Mártires¹¹</i>	<i>Youtube: TV Rainha dos Mártires¹² e mídias sociais.</i>
Canal(is) de divulgação	<i>Instagram, Facebook, Twitter</i>	<i>Instagram e Facebook</i>	<i>Instagram e Facebook</i>	<i>Instagram e Facebook</i>
Atividade(s)	<i>Celebrações, Festa Social, Ofertório.</i>	<i>Celebrações, Festa Social, Ofertório.</i>	<i>Celebrações, Festa Social, Ofertório.</i>	<i>Celebrações e ofertório.</i>

Fonte: Elaboração própria, 2021.

¹¹ <https://www.youtube.com/channel/UCJeFGMqpoExea-VfdmKWJQQ>

¹² <https://www.youtube.com/channel/UCte81vd2YE3N5ScI52MNDMA>

Observou-se que, para a festa dos Mártires, tanto de 16 julho quanto de 03 de outubro de 2020, o canal de Transmissão ao vivo das celebrações das festas foi o *Youtube*, através da TV Rainha dos Mártires, para a primeira, e da TV Santos Mártires, para a segunda. Enquanto os canais de divulgação das festas com todas as informações foram realizadas pelas mídias sociais, em particular o *Instagram* e *Facebook* com vídeos apresentando a história dos Mártires, imagens com a programação, período de realização, horários e como assistir em tempo real, possibilitando a troca de informações através de comentários e mensagens privadas. Os festejos de Santa Rita foram transmitidos pela TV Santa Rita, além de contar com a cobertura pelo *Youtube*, *Instagram* e *Facebook* que adicionalmente veiculavam informações da programação do pré-evento e do evento, bem como a história da santa e sobre a sua devoção, corroborando com o que expõe Lemos (2010), ao inferir que na era digital e das redes, existem múltiplas formas que possibilitam a criação e recriação de conteúdo, disponíveis em diferentes e em quaisquer lugares.

Quanto às adaptações e reconfigurações das atividades frente a pandemia de COVID-19, para a festa de 16 de julho de 2020 (de 07 a 16 de julho), todas as celebrações foram realizadas sem a presença de fiéis na Igreja, tudo foi transmitido pela TV Rainha dos Mártires e mídias sociais relacionadas, pois ainda estava em vigor o Decreto Nº 29.742, 04/06/2020¹³, que proibia a presença de fiéis nas celebrações de qualquer religião. Já para a festa do dia 03 de outubro, que se estendeu até 12, já havia o decreto de flexibilização para participação de fiéis nas celebrações¹⁴, mas com a obrigatoriedade do distanciamento social, capacidade reduzida para 20%, houve a necessidade de agendamento prévio para os que desejassem participar presencialmente, e para a parte social da festa acontecer, a quermesse foi realizada através de *drive thru* e as atrações musicais puderam ser acompanhadas apenas por *live* no canal do Youtube. Outra reconfiguração interessante foi o ofertório virtual através de QRcode, PIX, Transferência bancária simples, em que os dados ficavam amostra durante as transmissões e nas postagens durante o ano de 2020 e que vem se repetindo em 2021 até o presente momento. Como pode ser percebido a partir da seguinte escrita de um dos respondentes: “Primeiro, missas de portas fechadas e transmitida através das redes sociais. Depois missas presenciais seguindo

¹³ Institui a política de isolamento social rígido para enfrentamento do novo Coronavírus (COVID-19) no Estado do Rio Grande do Norte, impõe medidas de permanência domiciliar, de proteção de pessoas em grupo de risco e dá outras providências.

¹⁴ Decreto da Província Eclesiástica de Natal (PEN) Nº 02/2020, de 27 de julho sobre a reabertura dos templos da Igreja Católica, no Rio Grande do Norte. Junto com o decreto, os bispos da Província Eclesiástica de Natal, também publicaram um conjunto de orientações para os padres e fiéis, acerca da volta às celebrações presenciais <https://arquidiocesedenatal.org.br/dioceses-divulgam-orientacoes-para-reabertura-das-igrejas.html>

as normas da OMS, com distanciamento, uso de máscaras e apenas 20 por cento de fiéis presentes.”

Nos festejos alusivos à Santa Rita, em decorrência do contexto supracitado, já em 2020 a Pastoral da Comunicação (Pascom) assumiu o protagonismo na articulação e agenda das ações. Assim, a festividade foi exclusivamente *on line*, sendo a primeira das grandes festas do Estado a adotar o formato remoto e ter alcançado números expressivos. Em 2021, a festa foi híbrida, com limitações de público e marcada por transmissões ampliadas e diversificadas, foram utilizados os formatos de *lives* musicais, jantares, lanches e almoços com *delivery* e *drive thru*. As ofertas foram modernizadas para recebimento via *pix*, *QR code* e outras ferramentas digitais. A procissão da imagem se transformou em uma carreata, que percorreu toda a cidade, um formato inovador que emocionou toda a cidade. Dentre as atividades excluídas, destacam-se as alvoradas, caminhadas, peregrinações e momentos de oração presencial. Desse modo, foi adicionada a peregrinação virtual, e enquanto reconfiguração identificou-se a Procissão de Santa Rita que foi motorizada, com a imagem percorrendo toda a cidade.

O alcance da festividade a partir das mídias sociais, em específico o *Instagram*, foi perguntado no questionário como se avaliou o alcance da festividade na mídia social durante este período pandêmico. As duas respostas obtidas foram positivas, afirmando que a utilização do *Instagram* ajudou a participação dos fiéis nas missas, celebrações, *lives*, etc., e as Paróquias a inovarem, como se pode perceber na escrita de um dos respondentes:

As limitações nos ensinaram a inovar uma festa que já vinha crescendo muito desde os anos 2000, porém ainda não tinha buscado outras inovações. Com a pandemia, a Paróquia pode entrar totalmente no mundo digital, desde as atividades burocráticas até ao trabalho pastoral, isso deve impulsionar ainda mais os trabalhos de evangelização.

Nesta categoria ainda se percebe que a Paróquia de Santa Rita realizou investimento em suas ações para aumentar o seu desempenho nas redes sociais, de acordo com números publicados em seu *Instagram* (Quadro 5) de 2020 para 2021 os índices só aumentaram e fizeram com que o perfil atingisse a marca de 1 milhão de impressões (refere-se a quantidade de vezes que um mesmo *post* foi visto). Em 2020, foram realizadas 11 transmissões no período de 13 a 22 de maio, integrando 10 dias festivos dedicados a Santa Rita, em 37 horas de transmissões ao vivo que alcançaram 44 países, totalizando o alcance de 2.280.830 internautas na referida celebração. Já em 2021, diversificou-se as transmissões, que foram realizadas no período de 22 de abril a 22 de maio, dentre as quais destacam-se 14 missas, 9 ofícios de Nossa Senhora, 9

novenas de Santa Rita, 8 peregrinações e 7 *lives* especiais, em 47 transmissões veiculadas em 78 horas, totalizando o alcance de 4.122.754 internautas em 74 países.

Quadro 05 - Alcance das mídias sociais da Paróquia de Santa Rita na cobertura da Festa na pandemia

Mídia Social	2020	2021
Youtube	23 mil horas visualizadas 5612 inscritos no canal 1,3 milhão de internautas alcançados	100 mil horas visualizadas 12 mil inscritos no canal 2,4 milhões de internautas alcançados
Facebook	1,3 milhão de horas visualizadas 29 mil seguidores na página 309 mil curtidas, comentários e compartilhamentos 1,5 milhão de internautas alcançados	1,4 milhão de horas visualizadas 35 mil seguidores na página 400 mil curtidas, comentários e compartilhamentos 1,7 milhão de internautas alcançados
Instagram	10 mil alcances diários 408 mil impressões durante os festejos	23,7 mil alcances diários 960 mil impressões durante os festejos

Fonte: Elaboração própria, 2021.

O crescimento das métricas das redes sociais acima descritas, refletem a orientação de Floristan (1993, p. 179-180) sobre “a necessidade de conhecer bem cada plataforma ou ferramenta digital para o êxito da elaboração dos conteúdos digitais e sua veiculação, bem como não saturação das pessoas receptoras desses conteúdos *online*”. A Igreja, segundo o mesmo autor, precisa compreender que os meios digitais operam em uma outra lógica, diferente das dinâmicas presenciais.

Outro elemento que é considerado para mensurar a performance nas mídias sociais é o alcance das *hashtags* (Quadro 6), uma vez que é possível mapear a formação de redes, a partir dos *hiperlinks* construídos, relativos às festividades. A sua utilização não se restringe aos perfis analisados, relaciona-se a todas as publicações que utilizaram o termo.

Como última categoria, análise dos comentários, observou-se que a grande maioria que apareceram nas postagens e nas transmissões ao vivo se regem de *emotions* (aplausos e/ou mãos juntas em sinal de oração) como forma de expressar o que pensam, ou até o que sentem.

Considera-se adequada, para esse tempo de pandemia, a adoção de alternativas criativas de ação pastoral da igreja de fazer uso dos recursos *on line*/virtuais, visto que cabe ao seu ministério ordenado e leigo realizar as leituras da realidade presente e pensar ações pastorais propícias para cada momento (Oliveira, 2020). Nesta era de meios digitais, de vida virtual desde o início dos anos 2000, com a reviravolta na relação Igreja-comunicação midiática, existe a

necessidade de um espaço cibernético onde se discutam as ideias e rumos da sociedade contemporânea (Puntel, 2005).

Quadro 06 - Alcance das *hashtags* das Festas dos Mártires e de Santa Rita

Festividade	Hashtags/ Alcance
Dos Mártires	<u>#MártiresDoBrasil</u> - 1.055 publicações <u>#PadroeirosDoRN</u> - 1.114 publicações <u>#MártiresDoRN</u> - 955 publicações <u>#SantuárioDosMártires</u> - 925 publicações <u>#ProtomartiresDoBrasil</u> - 574 publicações <u>#Protomartires</u> - 535 publicações
Santa Rita	<u>#santaritadecassia</u> - 73,2 mil publicações <u>#diadesantarita</u> -2596 publicações <u>#santadascausasimpossiveis</u> - 1000 publicações <u>#festadesantarita2021</u> – 103 publicações <u>#madrinhadosserto</u> es – 100 publicações <u>#festadesantarita2020</u> – 19 publicações

Fonte: Elaboração própria, 2021.

A migração de boa parte das celebrações, festas e qualquer atividade das religiões para o mundo virtual devido a pandemia de Covid-19 apenas veio acelerar o processo de utilização dessa virtualidade. Perante este contexto pandêmico, as celebrações das Festas Religiosas, aqui estudadas, que impulsionam o turismo religioso no RN, ao serem transferidas, principalmente no ano de 2020, para os espaços virtuais, possibilitaram aos devotos serem vistos como sujeitos construtores de novos símbolos e significados, sendo capazes de influir nas mudanças estruturais dessas celebrações festivas apreciando-as de acordo com a realidade social e cultural em que se encontram, influenciando, assim, para uma nova dinâmica de turismo religioso no pós pandemia.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido o objetivo deste estudo ter focado em analisar as celebrações religiosas no processo de adaptação às novas formas de participação virtual com base nos discursos, imagens e ritos da devoção popular relacionada ao turismo religioso, a investigação mostrou como as celebrações religiosas em ritmo de pandemia favoreceram a emergência de um espaço público midiático estruturado por práticas de produção, circulação e consumo midiático, as quais constituem elas próprias um elemento fundamental na eficácia social e religiosa das festas.

Não há dúvida de que adaptação e/ou reinvenção das celebrações para o mundo virtual, propiciou condições para que fiéis pudessem participar das festividades em suas casas e ao

mesmo tempo fossem geradores e propagadores de crenças, mediante os seus depoimentos no que se refere à produção e ao acesso a informações, assim como à disponibilização e ao compartilhamento dos dados. Ou seja, tanto promovem a constante renovação e reinvenção dos seus rituais quanto encontram limitações no desafio em gerir novas formas sociabilidades e questionamentos em prol da continuidade das tradições.

No momento de consternação em que todos se preocupam com medo de adoecer, a religião se faz, cada vez, mais presente. Seja no processo de recriação e/ou “reinvenção das tradições” como uma prática que consiste em reconstruir, ou até mesmo forjar o passado para usá-lo como uma marca ou característica que identifique o local ou em contexto de pandemia que provoca mudanças nas formas organização religiosa, política e econômico-social da sociedade, destacando-se entre elas o turismo religioso.

O caráter normativo das festas, seus símbolos e práticas religiosas veiculado nas mídias sociais, expõe a dinâmica dos eventos e reforça a sua conexão com novos modos de virtualização da fé, sem com isso, deixar de reconhecer que as práticas religiosas são vistas como canais de participação de identidades locais, coletivas e individuais.

As comunidades digitais fortalecem e complementam as presenciais, a partir da análise da presença digital das Festas dos Mártires e de Santa Rita advoga-se que estas têm impulsionado a devoção aos referidos santos, além de promover seus espaços enquanto vocacionais para o turismo religioso.

REFERÊNCIAS

- Alves, M. L. B. (2013a) Turismo e Religiosidade: uma tentativa de diálogo. *Revista Ibero-americana de Turismo*, 3(1).
- Alves, M. L. B. (2013b). Festas Religiosas: Adaptação, Coexistência e Conflitos. In: *SISR-Société Internationale de Sociologie des Religions*. Trabalho Completo.
- Andrade, S. R. (2010). O culto aos santos: a religiosidade católica e seu hibridismo. *Revista Brasileira de História das Religiões, ANPUH*, Ano III, n.7, mai. ISSN 1983-2850. Recuperado de: <https://periodicos.uem.br>. Em: 21 de outubro de 2020.
- Azzi, R. (1978, dez.). Religiosidade Popular. In *Revista Eclesiástica Brasileira (REB)*. 38(152). p. 642-650. Azzi, R. (1977, mai.). Catolicismo Popular e Autoridade Eclesiástica na Evolução Histórica do Brasil. In. *Religião e Sociedade*. ISER. nº 1.
- Badone, E. & Roseman, S. (2004). Approaches to the Anthropology of Pilgrimage and Tourism. En: Badone, E. & Roseman, S. *Intersecting Journeys. The Anthropology of Pilgrimage and Tourism*. (pp. 1 – 23). University of Illinois Press. USA.

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trads.). Lisboa: Edições 70, 279 p.

Barefoot, D. (2010). *Manual de marketing em mídias sociais*. São Paulo: Novatec.

Barros, A. G. A. L de, Rêgo, G. C. de B., & Lanzarini, R. (2021). Desafios e propostas para o turismo de eventos frente à Covid-19. Anderson Pereira Portuguese, A. P. & Trigo, L. G. G. (organizadores). *Turismo e saúde global: pandemia, pandemônio e novos rumos para o setor no Brasil e no mundo*. Ituiutaba, MG: Barlavento, p. 316.

Bellotti, K. K. (2011). História das religiões: conceitos e debates na era contemporânea. In: História: Questões e Debates. V.55, n 02. Bento, P.P. XVI. (2009). Novas Tecnologias, novas relações: Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade. In: *Vatican.Vaticano*, 24 de janeiro. Recuperado de: <https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt.html>, 20 de outubro de 2021.

Bottini, G. (2020). Turismo Religioso ganha destaque no Rio Grande do Norte. *Portal Brasileiro do Turismo*. Recuperado de https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/destinos-destaque/turismo-religioso-ganha-destaque-no-rio-grande-do-norte/.

Brandão, C. R (1986). *Memória do Sagrado: Estudos de Religião e Ritual*. Edições Paulinas, São Paulo.

Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: DIFEL.

Bourdieu, P. (1999). *Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.

Cacho, A., Anjos, L. C. dos & Mendes-Filho, L. (2014). Informações Turísticas Disponibilizadas nos Websites das cidades e estados sede da Copa da FIFA 2014. XI *Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR*, 2014. *Anais...* Universidade de Caxias do Sul, RS.

Cascudo, L. C. (1984). *O Livro das velhas figuras*. Vol. 7. Natal: IHG-RN.

Castells, M. (2003). *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.

Coleman, Simon e Elsner, John (1995) *Pilgrimage: past and present in the world religions*. Cambridge: Harvard University Press.

Coleman, S. Eade, J. (2004). *Reformulando a peregrinação: culturas em movimento*. Inglaterra, Reino Unido: Editora Routledge.

Corrêa, E. S. (2010). O impacto das mídias sociais na comunicação corporativa. In: XIV *Seminário de comunicação do banco do Brasil/Os novos desafios da comunicação corporativa*. Brasília: Banco do Brasil, p.113-117

- De Jesus, E. T. (2018). Turismo Religioso: Los católicos y la búsqueda de sentido. *Estudios y Perspectivas em Turismo*, v. 27, p. 446-459.
- Dias, R. & Silveira, E. J. S. (2003). *Turismo Religioso: ensaios e reflexões*. Campinas, SP: Alínea.
- Digance, J. (2003). Pilgrimage at contested sites. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 143–159.
- Eade, J. (1992). Pilgrimage and tourism at Lourdes, France. *Annals of Tourism Research*, 19, 18–32.
- Eade, J., & Sallnow, M. J. (Eds.). (1991). *Contesting the sacred: The anthropology of Christian pilgrimage*. London: Routledge.
- Fernandes, R. C. (1982). *Os Cavaleiros do Bom Jesus – uma introdução às religiões populares*. São Paulo: Ed. Brasiliense.
- Flick, U. (2013). *Introdução à Metodologia da Pesquisa*. Porto Alegre: Penso, 2013
- Flick, U. (2009). *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. (3a ed.) Porto Alegre: Artmed.
- Floristan, C. (1993). *Teologia practica: teoria y práxis la acción pastoral*. Salamanca: Sígueme,
- Flusser, V. (1967). *Da religiosidade: a literatura e o senso de realidade*. São Paulo: Comissão Estadual de Cultura, 1967.
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, 35(2), 57-63. Recuperado em 20 de abril, 2021, de <https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/38183-75982-10-pb.pdf>.
- Graburn, N. H. H. (1977). Tourism: The sacred journey. In Valene L. Smith (Ed.), *Hosts and guests: The anthropology of tourism* (p. 17–31). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Hoornaert, E. (1991). *Formação do catolicismo brasileiro 1550-1800: ensaio de interpretação a partir dos oprimidos*. (3a ed.) Petrópolis, RJ: Vozes.
- Lemos, A. (2010). O sentido da tecnologia: cibercultura e ciberdemocracia. In: Lemos, A. & Lévy, P. (2010). *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, p. 21-31.
- Lévy, P. (1997). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Lira, A. T.(1921). *História do Rio Grande do Norte*. Natal: Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Norte, Natal.
- MacCannel, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589–603.

Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. (2016, abril). Resolução 510, de 07 de abril de 2016 - *Marco Normativo para pesquisa em Ciências Humanas e Sociais*. Recuperado de https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/22917581.

Negroponete, N. (1995). *A vida digital*. (2a ed.) São Paulo: Companhia das Letras.

Oliveira, M. D. (2020.). Cuidado pastoral da Igreja em tempos de pandemia: Covid-19. *Revista Caminhando*, 25(1), jan-abr., p. 257-276.

Priore, M. de I. (1994). *Festas e utopias no Brasil Colonial*. São Paulo, Brasiliense.

Puntel, J. T. (2005). *Cultura midiática e igreja: uma nova ambiência*. 2ª ed. São Paulo: Editora Paulinas.

Rocha, M.F.S. (2020). *A imagem do Distrito Federal promovida pela Secretaria de Turismo no Instagram*. Brasília. UNB

Roda, W. C., Varughese, M. B., Han, D., & Li, M. Y. (2020). Why is it difficult to accurately predict the COVID-19 epidemic? *Infectious Disease Modelling*, 5, p. 271-281. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.idm.2020.03.001>. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2468042720300075?via%3Dihub>.

Santaella, L. (2008). *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. (3a ed.) São Paulo: Paulus.

Santos, M. F. de J. (2018, jan./abr.). Perto do céu... numa nave espacial: reforma devocional e turismo religioso no Santuário do Lima (Patu-RN, 1936-1979). *Horizonte*, Belo Horizonte, 16(4)9, 107-135. <https://doi.org/10.5752/P.2175-5841.2018v16n49p107-135>

Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests—The anthropology of tourism*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.

Statista (2020). Statistical data. *População digital no mundo*. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.

Steil, C. A. (1996). *O Sertão das Romarias – um estudo antropológico sobre o santuário de Bom Jesus da Lapa, Bahia*. Petrópolis: Ed Vozes.

Steil, C. A. (2002). Peregrinação e turismo religioso: tendências e paradigmas de interpretação. *Newsletter de la Asociación de Asociaci3n de Cientistas Sociales de la Religión en el Mercosur*, Buenos Aires, nº 13:1-5. Recuperado de: <http://www.naya.com.br>

Steil, C. A. (2003). Peregrinação, Romaria e Turismo religioso: raízes etimológicas e interpretações antropológicas. In: E. S. Abumanssur. (org.). *Turismo Religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo* Campinas: Papirus.

Timothy, D. & Olsen, D. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Routledge, London.

Turner, V. (1974). *O processo ritual: estrutura e antiestrutura*. Petrópolis: Vozes.

Vukonic', B. (1996). *Tourism and religion*. London: Elsevier Science Ltd.

Vukonic', B. (2002). Religion, tourism and economics: A convenient symbiosis. *Tourism Recreation Research*, 27(2), 59–64.

Wu, J.T., Leung, K., & Leung, G. M. (2020). Nowcasting and forecasting the potential domestic and international spread of the 2019-nCoV outbreak originating in Wuhan, China: a modelling study. *The Lancet*, 395, p. 689-697. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30260-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30260-9). Recuperado de: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30260-9/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30260-9/fulltext). Acesso em: 11 jul. 2020.

Zaluar, A. (1983). *Os Homens de Deus*. Rio de Janeiro: Zahar Editora.

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

ALVES, M. L. B., BARROS, A. G. A. L., SANTOS, A. M. & SILVA, S. K. M. (2022). Festas religiosas no espaço virtual: dimensões socioculturais do turismo religioso no Estado Rio Grande do Norte/RN. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 10(1), 183-210.
<https://doi.org/10.21680/2357-8211.2022v10n1ID26300>
