

## **Imagem, mídia e cidade: uma análise da imagem de Juazeiro do Norte nos portais de notícia locais<sup>1</sup>**

Joedson Kelvin Felix de OLIVEIRA<sup>2</sup>  
Elane Abreu de OLIVEIRA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

### **RESUMO**

A pergunta que norteia esta pesquisa é: que imagem da cidade de Juazeiro do Norte é comunicada pelos meios de comunicação? Com foco nos portais de notícia locais, este artigo tem como objetivo observar e analisar quais imagens de Juazeiro do Norte são selecionadas para representar a cidade do Padre Cícero na mídia *online*. A partir da compreensão dos processos midiáticos de visibilidade sobre a cidade e os atores que a constroem, com apoio da fundamentação teórica de estudiosos sobre cidade, imagem, jornalismo local, religião e esfera pública, o presente estudo destaca a imagem urbana de Juazeiro em forte diálogo com o valor midiaticizado dos eventos religiosos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cidade; imagem; mídia; Juazeiro do Norte.

### **INTRODUÇÃO**

Estamos cada vez mais cercados pelas imagens que produzimos. De dentro das nossas casas para fora, nas telas dos nossos aparelhos, até nos depararmos com a nossa cidade como um todo. A necessidade incessante de criar uma identificação e de ser identificados pelos outros fomenta o desejo de produzirmos e redefinimos sempre mais representações, para ganhar ou manter espaço nas dimensões que são enxergadas por outros e por nós mesmos, em busca de presença e pertencimento aos sistemas midiáticos e aos campos culturais e sociais.

A cidade, um espaço em constante processo de representação, caracteriza-se como produtora de acontecimentos de forma imparável. Para acompanhá-la e informar

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri-UFCA, e-mail: [joedsonkelvincomunicacao@gmail.com](mailto:joedsonkelvincomunicacao@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora adjunta na Universidade Federal do Cariri (IISCA/UFCA) e doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ - 2014), e-mail: [elane.abreu@ufca.edu.br](mailto:elane.abreu@ufca.edu.br).

às pessoas sobre ela, a mídia surge com o papel de difundir o que a representa. Diversos atores participam dos processos de construção identitária de uma cidade, porém, não é a todos dada a mesma visibilidade. De outro modo, a mídia, antes mesmo de difundir, define o que será dado destaque, ou seja, maior visibilidade. Mas nem sempre faz isso sozinha, pois está acompanhada de instituições e de atores que a legitimam.

Ao falarmos de cidade, falamos de local, de proximidade. Quem melhor para falar de um lugar do que quem mora nele? Se estou próximo, logo vejo melhor; se participo, logo tenho o poder de falar melhor sobre o que acontece. O jornalismo local, numa ótica de desenvolvimento midiático, possui maior facilidade para falar do lugar no qual está inserido, por meio de conteúdos noticiosos textuais e imagéticos característicos da produção de informações cotidianas.

O estudo a seguir é resultado da segunda fase do Projeto de Iniciação Científica (PIBIC) Comunicação urbana e visual em Juazeiro do Norte. Com foco nos processos midiáticos de visibilidade sobre a cidade e sobre atores que atuam nela, e em diálogo com estudiosos sobre imagem, cidade, jornalismo local, religião e esfera pública, este artigo tem como objetivo observar e analisar que imagens de Juazeiro do Norte, sendo elas oriundas dos veículos de comunicação locais, definem a cidade do Padre Cícero. Quais relações imagéticas se destacam na produção de notícias sobre a cidade e quais são as mais visíveis? Quais os atores que mais participam desse processo? De forma geral, que representação urbana é construída para falar de Juazeiro do Norte? Os portais Gazeta do Cariri e News Cariri são o recorte desta investigação.

## **A CIDADE E SEUS ATORES SOCIAIS E MIDIÁTICOS**

A cidade em sua totalidade é um polo de acontecimentos diversos e amplos que transitam e se redefinem ao longo da história, sob processos culturais, urbanos e socioeconômicos. Os modos de vida são pautados conforme as possibilidades de se representar em determinada sociedade.

A construção da identidade de uma cidade, especificamente na mídia, se dá não só para ser destinada aos habitantes que moram nela, mas também para aqueles que não estão inseridos nela, ou seja, quem não participa direta ou indiretamente das questões cidadinas. Para difundir as experiências e produções de sentido que cercam e representam uma cidade, acontece um processo de midiáticação que se dá a partir dos veículos de comunicação, como propõe Buitoni, ao afirmar que:

---

Jornais e revistas operam com recortes seletivos de fragmentos de espaços da cidade. No caso de fatos jornalísticos específicos, são fragmentos que servem de cenário à ação. Porém, quando a matéria pede uma imagem mais emblemática, esses recortes tendem a fixar determinadas imagens que trazem forte carga simbólica construída ao longo de décadas ou mesmo séculos. (BUITONI, 2013, p. 113).

Nesse sentido, aqui entendemos que a fotografia é um dos principais recursos utilizados pelos veículos midiáticos para representar a cidade nas produções de caráter informativo sobre e dentro dela. Dessa forma, as imagens oriundas dos veículos de comunicação locais passam a criar uma imagem emblemática da cidade, contudo, lembremos que o ato fotográfico ao passo que recorta ou seleciona algo da realidade, também exclui parte dela.

Trazemos assim, segundo Emerson Dias e Alberson Klein (2015), a ideia de que cada ambiente de imagem traz consigo seus próprios “estatutos representacionais e disposições culturais de valoração imagética”. Este papel aqui é concebido aos veículos de comunicação locais que elaboram e elegem imagens da cidade para ser difundidas.

A cidade em sua amplitude possui um universo de vários atores que podem ser escolhidos ou não pelos agentes noticiosos para representá-la. No entanto, o que se entende é que algumas imagens se sobressaem do variado imaginário das cidades e se consolidam. Em outras palavras, a mídia mantém uma tendência de fixar imagens representativas e simbólicas. Imagens estas que foram construídas e definidas pelos processos culturais, políticos, econômicos e sociais ao longo da história.

Nessa lógica, situam-se os jornais locais, que tendem a apresentar o interesse pelos fatos que acontecem ao redor, mas que não deixam de noticiar fatos globais. Por estar inserido no eixo da cidade, o jornalismo local tem maior facilidade de falar sobre as relações que a cercam, produzindo e definindo imagens que a representem no mundo inteiro. É o que complementa Barbosa (2012):

Esta articulação coloca o local no interior da lógica da globalização (um fenômeno ocidental) que, provavelmente, em vez de destruir as identidades nacionais, poderá produzir novas identificações "globais" e novas identificações "locais". Afinal, cada lugar é, à sua maneira, o mundo, que se encontra em toda parte. (BARBOSA, 2012, p. 6)

Entretanto, ao darem constante visibilidade a uma imagem de cidade construída e reproduzida por eles próprios, os veículos locais a reconfiguram conforme o diálogo com os agentes receptores das produções de imagens midiáticas, ou seja, os sujeitos que

participam do processo de comunicação, tanto aqueles ativos (habitantes do lugar que participam dos acontecimentos) quanto os passivos, que veem de fora a cidade, que não moram nela. Nesse sentido, bem pontua Dulcília Buitoni:

Queremos aqui reforçar as diferenças entre o espectador – o não habitante da cidade, que pode ser o leitor que vive em outras localidades – e o usuário que vive naquele espaço urbano. As duas percepções acabam interagindo quando transpostas para um meio impresso ou digital: o leitor de outra cidade identifica características que já reconhece de publicações passadas; por sua vez, o usuário também se contagia por antigas representações já consolidadas, ao mesmo tempo em que contribui para transformações de interpretação. (BUITONI, 2013, p. 115).

Após entendidas aqui algumas relações entre cidade e suas representações nos veículos de comunicação, seguiremos agora tentando demonstrar as relações de temas como religião e esfera pública, sendo ambos atores imprescindíveis para o que chamamos de cidade.

A religião enquanto traço cultural e identitário participa ativamente do cotidiano das cidades. Por ser temática cultural, logo é objeto de debate público e político a nível local, nacional e global. Assim, a mística religiosa é capaz de sair dos templos e transitar em processos de interesse público e midiático. Em outras palavras, as ideias de uma religião passam a ser visíveis publicamente.

Algumas cidades possuem como cartões-postais símbolos religiosos, como por exemplo, Juazeiro do Norte e Rio de Janeiro, com as estátuas do Padre Cícero e do Cristo Redentor, respectivamente. Entretanto, a carga de religiosidade vai muito além de apenas uma imagem para ser cultuada, mas também chegando a ser consumida e midiaticizada, visando a transformação em lucro e produto turístico.

Nesses casos, ao passo que imagens religiosas vão sendo fortemente difundidas como forma de identificação de determinadas cidades, conseqüentemente as próprias cidades tornam-se desprovidas de acontecimento. Tal processo é denominado, ainda segundo Buitoni (2013, p.125), como imagens-citadinas, que “não envolvem narrativa, não pressupõem um antes e depois, não pressupõem ações”. Em outras palavras, são construções imagéticas que muitas vezes não se reconstroem, mas que se cristalizam.

Vale lembrar antes de prosseguirmos que não queremos aqui definir uma visão negativa nem sequer positiva ao falar desses processos de uso de imagens religiosas pelas cidades, porque cabe a nós, pelo menos no momento, apenas apontar como se dão tais relações e não caracterizar se são benéficas ou não.

---

É sabido que as imagens têm um valor e ao mesmo tempo também sabemos que elas podem ser ubíquas e estarem atuando e se recompondo em diversas instâncias de uma sociedade. Nesse momento, encontramos espaço para abordar o envolvimento da imagem religiosa e da religião de uma forma geral com a esfera pública nos processos que configuram as cidades.

A esfera pública, segundo Luis Martino (2016), “é o lugar de interação entre cidadãos livres sobre assuntos de interesse público”, ou seja, só existe uma esfera pública se esta for um espaço destinado para o debate de ideias que precisam se tornar públicas, de forma autônoma e visível. Para reiterar tal definição, Martino traz um breve exemplo a partir dos meios de comunicação:

Os jornais tem uma noção fundamental nesse momento, trazendo para o espaço público os diversos assuntos e, principalmente os pontos de vista a seu respeito. A argumentação, na esfera pública, era feita em boa medida a partir dos jornais que levavam para o público os argumentos dos grupos e associações aos quais eram ligados. (MARTINO, 2016, p. 83)

Nesse contexto, a religião também mantém uma importância nos negócios públicos, reafirmando seus direitos de opinar a respeito das questões coletivas. No entanto, a sua participação muitas vezes acontece próxima aos focos de poder, sejam eles políticos e midiáticos. Em outras palavras, no espaço público, a religião não atua sozinha, mas é um ator entre outros.

No espaço construído coletivamente é dada visibilidade de tal maneira a determinados atores, que estes possuem certa facilidade de configurá-lo. Aqui, a política, a religião e a mídia são fortes exemplos. A religião, para manter espaço garantido no ato do “tornar público” da mídia e assim ser considerada como processo social, precisa mostrar-se com grande visibilidade na esfera pública.

Desse modo, voltamos a falar das imagens como possíveis instrumentos fundamentais para uma articulação comunicacional, que se dá através de uma apresentação de cidade, entre religião e esfera pública na mídia. Por meio de signos, símbolos, ícones e outros processos de representação, a mística religiosa é pautada na esfera pública e assim lida com uma lógica midiática, mantendo não apenas determinadas imagens como formas de se lembrar da cidade, mas também a ordem capitalista e mercadológica com que está relacionada.

Imagens religiosas são, neste caso, imagens cidadinas mediatizadas e, por serem mediatizadas, são providas de valor. Juazeiro do Norte é um polo de cultura religiosa

que produz e reproduz imagens diretamente ligadas ao desenvolvimento econômico e representativo da cidade. As imagens urbanas públicas são representações imagéticas do que é construído e apresentado publicamente. Sendo assim, a religião é forte exemplo do que tem presença pública a partir de uma interação de mão-dupla com a esfera pública seja nos debates políticos, econômicos e socioculturais que se dão nas cidades e dentro de sua visibilidade midiática.

## **UMA ANÁLISE DA IMAGEM URBANA NOS PORTAIS LOCAIS**

Além da fundamentação teórica, os resultados encontrados no presente estudo foram alcançados a partir de duas outras fases. A primeira se deu por meio de um mapeamento dos portais online locais que abordassem notícias e assuntos da região metropolitana do Cariri Cearense, porém com mais exclusividade sobre a cidade de Juazeiro do Norte. A segunda se deu pela eleição de dois portais para a análise, sendo estes mais representativos quanto à atualização de informações sobre a cidade.

Ao fim do mapeamento, percebeu-se que os dois portais mapeados se encaixavam com mais propriedade ao critério estabelecido durante a pesquisa, que deveriam ser veículos com um fluxo frequente de publicação de matérias sobre a cidade de Juazeiro do Norte. Com isso, os portais Gazeta do Cariri e News Cariri foram eleitos para serem objetos da seguinte análise, segunda fase da pesquisa. Foram observadas e arquivadas publicações durante os meses de dezembro de 2017 e janeiro de 2018. A seleção do período se dá pelo destaque de eventos que movimentam a cidade.

O Gazeta do Cariri é um portal de notícias produzido na região que, como o próprio nome diz, aborda em grande medida notícias sobre o Cariri Cearense. No entanto, o veículo também apresenta outras editorias, a nível de localização, como notícias do Estado do Ceará e do Brasil. Além disso, o portal apresenta hiperlinks sobre política, plantão policial, eventos culturais como a Mostra Sesc Cariri, notícias sobre serviços públicos e religião, sendo estes dois últimos temas abordados com mais frequência pelo portal.



Figura 1: Página inicial do Portal Gazeta do Cariri

O News Cariri, não tão diferente, também apresenta notícias não só da região do Cariri, mas de outras regiões do país e de nível nacional. O portal contém nove editorias, tendo, entre elas, uma exclusiva sobre a região, ligada ao nome que o veículo carrega. Ao abrir a editoria “Cariri”, percebe-se uma predominância de matérias sobre a região metropolitana formada pelas cidades de Crato, Barbalha e Juazeiro do Norte, sendo esta última, a cidade mais abordada.



Figura 2: Página inicial do Portal News Cariri

Nos dois portais, os anúncios de publicidade aparecem de forma demasiada que, por vezes, se misturam com as matérias e confundem os textos das manchetes. Percebe-se ainda que há presença de hiperlinks que levam o leitor para as páginas e contas dos veículos nas redes sociais. Na parte inferior de ambos os portais, são disponibilizados tópicos para direcionar o usuário para matérias, como “postagem em destaque”, “marcadores” e “mais lidas da semana”.

Juazeiro do Norte, por ser a cidade-metrópole da região, centro urbano em desenvolvimento econômico contínuo e polo de turismo religioso, aparece com mais frequência nas notícias dos portais. Percebemos que, no corpo das notícias, o enfoque representacional a partir do uso da fotografia é o mais presente, ou seja, a maioria das abordagens traz imagens fotografadas da cidade. Esta utilização, portanto, é uma forma de atrair leitores através da potencialização visual da narrativa.

Como dito inicialmente nesta análise, percebe-se que assuntos como religião e ações do governo municipal da cidade são mais abordados pelos portais do que outros temas e fatos de Juazeiro do Norte. Muitas vezes, o discurso das notícias apresenta a esfera pública da cidade envolvida diretamente nos eventos religiosos. Prova disso é a Prefeitura de Juazeiro, através da Secretaria de Turismo e Romarias, por exemplo, aparecendo corriqueiramente como sujeito ativo das ações, como mostra a figura 3.

## Romaria das Candeias será aberta nesta segunda-feira (29) em Juazeiro do Norte

Matéria 07:55:00 Cariri



São esperados 250 mil romeiros nos próximos cinco dias. FOTO: Samuel Macedo

A Romaria de Nossa Senhora das Candeias terá início oficialmente nesta segunda-feira, 29, em Juazeiro do Norte. Visando acolher bem os fiéis, a Prefeitura Municipal promoverá serviços, em ação integrada entre as Secretarias, para garantir os dias de realização da romaria de forma organizada e segura para os munícipes e romeiros que visitam a cidade.

As 18 horas desta segunda-feira, haverá procissão de abertura dos

Figura 3: Matéria sobre a Romaria das Candeias e a participação direta da Prefeitura de Juazeiro



Na matéria acima, ainda percebemos que fenômenos religiosos são catalisadores de atenção da mídia. A partir da fotografia, a multidão que nela aparece é peça-chave para os veículos online locais fortalecerem a ideia de que eventos religiosos na cidade são grandes valores-notícia, pois mobilizam muitas pessoas e, por este motivo, são passíveis de serem midiaticizados para alcançarem leitores interessados. É um apelo midiático das multidões.

Em algumas matérias, percebe-se que foto e texto são reproduzidos na íntegra de forma idêntica pelos dois portais quando tratam de um mesmo assunto. Dessa forma, nenhum dos veículos alerta para quem realmente produziu o texto das matérias, mas automaticamente assumem a sua autoria. É uma espécie de “mar de notícias” igual, o que demonstra certo desprezo com a própria atividade jornalística. Abaixo podemos conferir a publicação, sem nenhum diferencial. Observemos:



The image shows a screenshot of a news article from the website 'Gazeta do Cariri'. The logo at the top left reads 'Gazeta do Cariri' with the tagline 'A notícia em primeira mão'. To the right, there is a banner with the text 'Interligando os estados do C... com conforto...'. Below the banner is a navigation menu with links: HOME, CARIRI, CEARÁ, BRASIL, POLÍTICA, PLANTÃO POLICIAL, and MOSTRA SESC C... The main headline of the article is 'Procissão de Candeias encerra ciclo das grandes romarias em Juazeiro do Norte, nesta sexta-feira (02)'. Below the headline, it says 'Matéria' with a clock icon and '05:43:00' and 'Cariri'. There is a large photograph of a massive crowd of people gathered for a religious procession. To the right of the photo, the text reads: 'Uma multidão nas ruas de Juazeiro do Norte encerra, nesta sexta-feira, dia 02, a festa em louvor à Nossa Senhora das Candeias, considerada uma das mais belas manifestações religiosas do Brasil. Mais de 80 mil pessoas estarão nas ruas, a partir das 17h30, na Igreja do Socorro, de onde sairá a imagem no andor, em cortejo pelas ruas. A tradição durante o percurso é o uso de velas acesas, transformando a procissão num grande cordão de luz.' Below the photo, a caption reads: 'Procissão de Candeias encerra ciclo das grandes romarias em Juazeiro do Norte, nesta sexta-feira (02). FOTO: Samuel Macedo'. At the bottom, there is a paragraph: 'A Prefeitura Municipal de Juazeiro do Norte, parceria na organização desse grande evento, convida a população juazeirense e do Cariri para participar da grande procissão de encerramento. Haverá missa e bênção das velas, a partir das 17h na igreja do Socorro. O Prefeito Arnon Bezerra participa do cortejo de encerramento e das celebrações.'

Figura 4: Texto de assessoria publicado pelo Portal Gazeta do Cariri



**NEWS CARIRI** HOME CARIRI CEARÁ ENTRETENIMENTO ESPORTE BRASIL POLICIAL POLÍTICA SAÚDE TECNOLOGIA

VIDEOS

## Procissão de Candeias encerra ciclo das grandes romarias em Juazeiro do Norte, nesta sexta-feira (02)

2 Fevereiro, 2018

**Publicidade**

**Foto Grangero Digital**  
Rua Bárbara de Alencar, 786 - Centro / Crato CE  
(88) 3521 - 2121 | (88) 9 9939-1010  
#fotograngero #fotograngero

Já tem um mestrado?  
Conheça os programas da FUNIBER. Formação 100% online, venha conhecer! [funiber.org.br](http://funiber.org.br)

**MAIS POPULAR**

Bayern volta a fazer 5 no Arse e deixa Wenger perto...  
Esportes 8 Março, 2017

Fotos: Samuel Macedo / Helio Filho

Uma multidão nas ruas de Juazeiro do Norte encerra, nesta sexta-feira, dia 02, a festa em louvor à Nossa Senhora das Candeias, considerada uma das mais belas manifestações religiosas do Brasil. Mais de 80 mil pessoas estarão nas ruas, a partir das 17h30, na Igreja do Socorro, de onde sairá a imagem no andor, em cortejo pelas ruas. A tradição durante o percurso é o uso de velas acesas, transformando a procissão num grande cordão de luz.

A Prefeitura Municipal de Juazeiro do Norte, parceria na organização desse grande evento, convida a população juazeirense e do Cariri para participar da grande procissão de encerramento. Haverá missa e bênção das velas, a partir das 17h na igreja do Socorro. O Prefeito Arnon Bezerra participa do cortejo de encerramento e das celebrações.

Figura 5: Texto de assessoria replicado pelo Portal News Cariri

As notícias sobre religião apresentam dois atores que atuam lado a lado. Em texto, aparece a esfera pública através do governo municipal, atuando como sujeito ativo das ações. Em imagem, destacam-se fotografias dos pontos turísticos e religiosos que são usadas repetidamente pelos portais, como a estátua do Padre Cícero, a Capela de Nossa Senhora do Socorro, o Memorial do Padre Cícero e a multidão.

Assim, associamos tal prática com a ideia de que a religião, além de ser um importante valor-notícia da cidade, através da figura do Padre Cícero principalmente, também configura uma imagem que é vendida pela cidade, o que significa que as fotografias da cidade, particularmente aquelas que representam a religiosidade católica do povo, além de incremento visual das informações, também são tidas como uma imagem “vendável” de Juazeiro do Norte. Sem esquecer, portanto, que os portais envolvem, nessa propagação de imagem e também de texto, a esfera pública, que é apresentada como participante e corresponsável tanto da criação dos acontecimentos midiáticos quanto da sustentação de imagens emblemáticas da cidade, ou seja, imagens que a identificam.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Nesse estudo percebemos que, em cidades como Juazeiro do Norte, a construção de notícias e a definição de imagens que representem a cidade de dentro para fora dela não é resultado de um só ator. Cabe a um ciclo de produção e reprodução de valor, nesse caso, composto pela mídia, religião e esfera pública.

A cidade produz e a mídia reproduz, pois é na cidade onde os atores constroem e reconstroem as imagens para mídia, ou melhor dizendo, para os portais locais, que têm papel fundamental na produção de notícias direcionadas ao interesse público. Porém, percebemos que as iniciativas jornalísticas locais, aqui relacionando-as a Juazeiro do Norte e à região do Cariri cearense, ainda são carentes de conteúdos melhor desenvolvidos por meio da linguagem jornalística confiável.

Como observamos, a atividade jornalística dos portais online locais nem sempre se mostra munida de originalidade, pois é corriqueira a reprodução na íntegra de textos de assessoria de imprensa. No entanto, lembramos que reproduzir nem sempre é visto como algo problemático quando nos referimos às reproduções de imagens cidadinas porque são favoráveis à memória de uma identidade local, independente de serem alinhadas a interesses econômicos ou não, pois falam do lugar icônico, dos atores típicos e de suas práticas.

De forma geral, o estudo é um pontapé inicial que visa a ser desenvolvido pelo acompanhamento dos processos citadinos e midiáticos de Juazeiro do Norte, um produtor imparável de imagens e potencializador de representações midiáticas que reconfiguram personagens, lugares e acontecimentos significativos.

Provida de destaque cultural, socioeconômico e religioso, a cidade de Juazeiro do Norte se expande em representações e, por isso, é preciso continuar a observá-la a fim de entendermos os seus processos culturais-identitários e midiáticos, pois, como toda cidade, também é dinâmica e atualiza sua imagem urbana conforme a trilha histórica de suas transformações.

## **REFERÊNCIAS**

---

BARBOSA, S. **A informação de proximidade no jornalismo online.** Contracampo, Brasil, v.7, 2012. Disponível em

[www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/download/475/239](http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/download/475/239)

BUITONI, D. **A cidade e a imagem.** Cidade, paisagem, fotografia, emblemas. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2013.

DIAS, E.S; KLEIN, A.C.A. **A fotografia como emulação da realidade.** 24º Encontro da COMPÓS, 2015. Disponível em [http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-afotografiacomoemulacaodorealfinal\\_2763.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-afotografiacomoemulacaodorealfinal_2763.pdf).

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