

FACULDADES EST
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TEOLOGIA

TIAGO JAIR DEXHEIMER QUINOT

**CIBERTEOLOGIA E RELIGIÃO VIVIDA: CAMINHOS PARA IGREJA EVANGÉLICA DE
CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL SER MAIS ATRATIVA, INCLUSIVA E
MISSIONÁRIA**

São Leopoldo

2023

TIAGO JAIR DEXHEIMER QUINOT

**CIBERTEOLOGIA E RELIGIÃO VIVIDA: CAMINHOS PARA IGREJA EVANGÉLICA DE
CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL SER MAIS ATRATIVA, INCLUSIVA E
MISSIONÁRIA**

Dissertação de Mestrado
Para a obtenção do grau de
Mestre em Teologia
Faculdades EST
Programa de Pós-Graduação em Teologia
Área de Concentração: Teologia Prática
Linha de Pesquisa: Práxis teológica e
espiritualidade em comunidades de fé e sociedade

Pessoa Orientadora: Prof. Dr. Júlio César Adam

São Leopoldo

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Q7c Quinot, Tiago Jair Dexheimer
 Ciberteologia e religião vivida : caminhos para Igreja
 Evangélica de Confissão Luterana no Brasil ser mais
 atrativa, inclusiva e missionária / Tiago Jair Dexheimer
 Quinot ; orientador Júlio César Adam. – São Leopoldo :
 EST/PPG, 2023.
 165 p. ; 31 cm

 Dissertação (Mestrado) – Faculdades EST. Programa de
 Pós-Graduação. Mestrado em Teologia. São Leopoldo,
 2023.

 1. Ciberteologia. 2. Religião vivida. 3. Midiatização. 4.
 Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB). I.
 Adam, Júlio César, orientador. II. Título.

Ficha elaborada pela Biblioteca da EST

FOLHA DE APROVAÇÃO

TIAGO JAIR DEXHEIMER QUINOT

**CIBERTEOLOGIA E RELIGIÃO VIVIDA: CAMINHOS PARA IGREJA
EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL SER MAIS ATRATIVA,
INCLUSIVA E MISSIONÁRIA**

Dissertação de Mestrado
Para a obtenção do grau de Mestre em Teologia
Faculdades EST
Programa de Pós-Graduação em Teologia
Área de Concentração: Teologia Prática

Data de Aprovação: 14 de agosto de 2023

PROF. DR. JÚLIO CÉZAR ADAM (PRESIDENTE)
Assinado digitalmente

PROF. DR. MARCELO RAMOS SALDANHA (EST)
Assinado digitalmente

PROF. DR. MOISÉS SBARDELOTTO (PUC MINAS)
Participação por webconferência

Assinado
digitalmente por
Júlio César Adam
Data: 22/08/2023
17:38:08 -03:00



Assinado
digitalmente por
Marcelo Ramos
Saldanha
Data: 22/08/2023
18:16:11 -03:00



Aos meus pais, Jair Nativo Scheer Quinot e Glorinha Renéia Dexheimer Quinot, por toda a dedicação, apoio e exemplo que me motivam a seguir a caminhada de estudos.

A minha companheira de todos os momentos e esposa, Vitória Caroline Schönardie, por todo o apoio, paciência e por ser refúgio nos momentos de angústia.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela vida e por ter me chamado pelo nome no Batismo.

À minha família, pelo apoio e incentivo, mas também pelo exemplo de vida, de dedicação que me inspiram na vida e no ministério.

Agradeço a minha esposa, Vitória, pela paciência, apoio companheirismo e suporte diante das dificuldades e críticas diante do desafio de ler meus textos.

Aos professores da Faculdades EST que desde a graduação contribuíram para minha formação.

Agradeço, em especial, ao meu orientador, Dr. Júlio César Adam, pelo incentivo à pesquisa desde o tempo da iniciação científica, pela orientação, paciência e compreensão.

À Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil, minha segunda casa e que faz parte da minha história.

Agradeço à CAPES, cujo apoio foi essencial para a realização da pesquisa.

*No presente a mente, o corpo é diferente
E o passado é uma roupa que não nos serve
mais.(...)
E o que há algum tempo era jovem novo,
hoje é antigo
E precisamos todos rejuvenescer
E precisamos todos rejuvenescer*

Belchior

RESUMO

A pesquisa aborda a necessidade de uma teologia, dentro do contexto da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB), que dialogue com a realidade hiperconectada da sociedade contemporânea como uma consequência de um contexto em que a religião se deslocou para além do âmbito das instituições e com isso se manifesta na cultura comunicacional e midiática. O método de pesquisa utilizado é o bibliográfico que possibilita a coleta de informações a partir de materiais publicados e encontrados em livros e artigos científicos. Nesse sentido, são buscados referenciais que tematizam os assuntos propostos como a mídia, comunicação, igreja e ciberteologia. Ao mesmo tempo, a pesquisa tem um caráter documental, a medida em que analisa materiais publicados no âmbito da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB) e que não passaram por nenhuma análise anterior. Essa proposta é refletida para dentro da IECLB como possibilidade para uma igreja mais atrativa, inclusiva e missionária. O desdobramento metodológico se dá no âmbito da Teologia Prática a partir da hermenêutica da religião vivida, que rastreia o sagrado para além do âmbito eclesial e se manifesta de modo implícito e explícito. Diante das transformações sociais e culturais, reconhecer o papel da mídia como parte de um conjunto de processos que impulsionam tais mudanças se faz necessário à medida em que as mídias fazem parte do cotidiano e assim nos colocam numa sociedade midiaticizada. Ao mesmo tempo, dentro de uma sociedade midiaticizada, também a religião passa pelo processo de midiaticização e, mais recentemente, a imersão na internet. É essa nova mídia, com seus efeitos e novas possibilidades de experiência e vivência, que provoca a pensar uma teologia que contemple esse novo ambiente experiencial e comunicacional. Ao lado disso, a partir de um levantamento documental, é demonstrado de que forma a IECLB se articula nas mídias e quais são suas diretrizes comunicacionais. A partir da análise documental e das demais questões levantadas na pesquisa bibliográfica constata-se a necessidade de uma atualização de seus princípios comunicacionais norteadores, de modo que contemple as novas formas de vivência e experiência *online* e, ao mesmo tempo, proponha uma ciberteologia luterana, ao pensar num contexto hiperconectado.

Palavras-chave: Ciberteologia. Religião vivida. Midiaticização. IECLB

ABSTRACT

The research addresses the need for a theology, within the context of the Evangelical Church of Lutheran Confession in Brazil (IECLB), that dialogues with the hyperconnected reality of contemporary society as a consequence of a context in which religion has moved beyond the scope of institutions and thus manifests itself in communication and media culture. The research method used is bibliographic, which allows the collection of information from published materials found in books and scientific articles. In this sense, references are sought that address the proposed subjects such as media, communication, church and cybertheology. At the same time, the research has a documentary character, as it analyzes materials published within the scope of the Evangelical Church of Lutheran Confession in Brazil (IECLB) and which have not undergone any previous analysis. This proposal is reflected within the IECLB as a possibility for a more attractive, inclusive and missionary church. The methodological development takes place within the scope of Practical Theology based on the hermeneutics of lived religion, which traces the sacred beyond the ecclesiastical scope and manifests itself implicitly and explicitly. In the face of social and cultural transformations, recognizing the role of the media as part of a set of processes that drive such changes is necessary as the media are part of everyday life and thus place us in a mediatized society. At the same time, within a mediatized society, religion also goes through the process of mediatization and, more recently, immersion in the internet. It is this new media, with its effects and new possibilities of experience and living, that provokes us to think about a theology that contemplates this new experiential and communicational environment. Alongside this, based on a documentary survey, it is demonstrated how the IECLB articulates itself in the media and what its communication guidelines are. Based on the documentary analysis and other questions raised in the bibliographical research, it is clear that there is a need to update its guiding communication principles, so that it takes into account new forms of living and online experience and, at the same time, proposes a Lutheran cybertheology, when thinking about a hyperconnected context.

Keywords: Cybertheology. Lived religion. Mediatization. IECLB

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	21
2 TEOLOGIA PRÁTICA: RASTREAR O SAGRADO.....	25
2.1 INTRODUÇÃO	25
2.2 A TEOLOGIA PRÁTICA E AS TRANSFORMAÇÕES NA SOCIEDADE	25
2.3 TEOLOGIA PRÁTICA E AS TRANSFORMAÇÕES A PARTIR DA MÍDIA	28
2.4 A FUNÇÃO HERMENÊUTICA DE RELIGIÃO VIVIDA: RASTREAR O SAGRADO	30
2.4 A COMUNICAÇÃO COMO CULTURA: ESPAÇO DE RELIGIÃO VIVIDA....	34
2.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA	40
3 A TEOLOGIA CRISTÃ E A COMUNICAÇÃO: O CAMINHO PARA UMA TEOLOGIA COMUNICACIONAL	43
3.1 INTRODUÇÃO	43
3.2 O CRISTIANISMO E A COMUNICAÇÃO	43
3.3 A COMUNICAÇÃO DE JESUS.....	45
3.4 A COMUNICAÇÃO NA IGREJA DE JESUS CRISTO: A PREGAÇÃO É SEU MINISTÉRIO	47
3.4.1 A igreja em movimento	50
3.4.2 O ministério da comunicação	53
3.6 A LINGUAGEM TEOLÓGICA VERSUS TECNOLÓGICA.....	56
3.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA	58
4 A MUDIATIZAÇÃO: UM FENÔMENO A SER EXPLORADO	61
4.1 INTRODUÇÃO	61
4.2 A SOCIEDADE MUDIATIZADA	61
4.3 DAS MÍDIAS DIGITAIS À REDE, INTERNET OU CIBERESPAÇO	69
4.4 CIBERCULTURA, COMUNIDADES VIRTUAIS OU REDES SOCIAIS.....	72
4.5 O VIRTUAL E A VIRTUALIZAÇÃO.....	77
4.6 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA	79
5 O CIBERESPAÇO E A RELIGIÃO MUDIATIZADA: ESPAÇO PARA A CIBER-RELIGIÃO E EXPERIÊNCIAS RELIGIOSAS ONLINE	81
5.1 INTRODUÇÃO	81
5.2 A RELIGIÃO MUDIATIZADA.....	81
5.3 A SACRALIDADE DIGITAL.....	85

5.4 CIBER-RELIGIÃO: A SAGRADA MÍDIA.....	88
5.5 RELIGION ONLINE E ONLINE RELIGION: DAS INSTITUIÇÕES À RELIGIÃO BANAL	91
5.6 MUDIATIZAÇÃO RELIGIOSA ONLINE: ENTRE PROCESSOS COMUNICACIONAIS E EXPERIÊNCIAS.....	93
5.6.1 Processos comunicacionais	93
5.6.2 A experiência	95
5.7 A FÉ ENTRE NOVOS PROCESSOS COMUNICACIONAIS E NOVAS EXPERIÊNCIAS	96
5.7.1 Sintetização	96
5.7.2 Ubiquização	98
5.7.3 Autonomização	99
5.7.4 Conectivização.....	101
5.8 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA.....	103
6 COMUNICAÇÃO, EXPERIÊNCIA E RELAÇÕES: A VIDA HIPERCONNECTADA	105
6.1 INTRODUÇÃO.....	105
6.2 A EXPERIÊNCIA DE ESTAR SEMPRE <i>ONLINE</i>	105
6.3 CRISTIANISMO: ENTRE EXPERIÊNCIA E COMUNICAÇÃO ONLINE	110
6.4 CIBERTEOLOGIA: UMA TEOLOGIA ‘EM, COM E SOB’ O CIBERESPAÇO	112
6.5 O MÉTODO: EXPERIMENTAR, REFLETIR, AGIR E AVALIAR	114
6.6. UMA PITADA CIBERTEOLÓGICA: ENTRE A CONEXÃO E A PROXIMIDADE	116
6.7 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA.....	118
7 A COMUNICAÇÃO E MUDIATIZAÇÃO NO CONTEXTO DAS IGREJAS HISTÓRICAS: O CONTEXTO IECLB.....	121
7.1 INTRODUÇÃO.....	121
7.2 IGREJAS PROTESTANTES: COMUNICAÇÃO E MUDIATIZAÇÃO	121
7.3 IECLB E COMUNICAÇÃO: UMA TEOLOGIA COMUNICACIONAL?	128
7.3.1 A comunicação: documentos, fundamentações e proposições	131
7.4 IECLB E SUA RELAÇÃO COM AS MÍDIAS: ALGUNS EXEMPLOS	139
7.4.1 Impressos	140
7.4.2 Rádios.....	141
7.5 IECLB E A REDE: O PORTAL LUTERANOS.....	142
7.5.1 As redes sociais	146
7.6 PANDEMIA E A IMERSÃO MUDIÁTICA DA IECLB NA INTERNET	148
8 CONCLUSÃO	157

REFERÊNCIAS159

1 INTRODUÇÃO

A pandemia do COVID-19 provocou mudanças no nosso cotidiano, assim como na vida e no trabalho de muitas pessoas. A igreja, e aqui falando especificamente da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB), não ficou imune a essa realidade. As comunidades, que são a base de toda a igreja, se viram diante de um contraditório, se antes um dos apelos da igreja era o chamado a viver em comunidade, participar e experimentar a vivência da fé de forma comunitária, agora estavam diante da necessidade do distanciamento social, a fim de zelar pela vida. Contudo, distanciamento não significa afastamento ou esquecimento. Por isso, a igreja, ciente do seu ministério e de sua tarefa, através de suas lideranças ministeriais ordenadas, e também através de lideranças não ordenadas, procurou alternativas para se aproximar das pessoas durante os primeiros meses da pandemia. Uma dessas alternativas foi a imersão de suas atividades no ciberespaço, ou como bem conhecemos, a internet.

Diante desse contexto e das diferentes dúvidas e incertezas que pairavam sobre o futuro da igreja no ambiente midiático e virtual, mas também no próprio fazer teológico, que a construção de um projeto de pesquisa que vislumbrava uma ciberteologia no contexto da IECLB foi motivado. Contudo, essa motivação partiu também da perspectiva da religião vivida, isto é, uma proposta hermenêutica de rastrear o sagrado para além do âmbito institucional da igreja, que reconhece que a religião é encontrada de forma implícita e explícita na cultura comunicacional e midiática, por exemplo. Portanto, os desafios colocados pela internet, tanto no âmbito da comunicação online, como na forma de fazer teologia em um ambiente até então pouco explorado pela IECLB, são colocados como objeto de pesquisa em um contexto em que a religião já se emancipou dos muros e das tradições eclesiais.

Em nosso cotidiano, apontar para momentos de desconexão é uma tarefa quase impossível, afinal estamos sempre conectados à rede. Por isso, trazer à tona como a igreja já foi beneficiada pelas mudanças tecnológicas e como pode novamente utilizar novos meios para comunicar, cativar e atingir de forma eficaz o objetivo de seu ministério torna-se imprescindível. Além disso, a busca por uma teologia que seja relevante na vida das pessoas, passa também por compreender a perspectiva da rede, portanto, pensar uma ciberteologia, para que, desse modo, a igreja oportunize, de forma clara e efetiva, espaços de espiritualidade e que cumpra a tarefa de propagar o evangelho em todos os cantos do mundo.

A presente dissertação insere-se no campo da Teologia Prática à medida em que toma conhecimento dos desafios colocados pela contemporaneidade na própria igreja e no seu fazer teológico. É dentro desse amplo campo teológico que está inserida a perspectiva da religião vivida e o interesse em rastrear o sagrado para além da instituição eclesial. Desse modo, ela faz o serviço de interpretar a realidade e proporciona à igreja e à teologia novos pontos de reflexão sobre o discurso e a prática. É isso que nos possibilita pensar numa ciberteologia e considerar a vida hipercomunicativa contemporânea como um ponto a ser observado no fazer teológico, afinal a cultura comunicacional, além de estar em

constantes transformações diante das novas opções midiáticas e relacionais, também é um eixo propulsor de mudanças na sociedade.

Ao mesmo tempo, tendo como proposta dispor as possibilidades para o contexto da IECLB, também é necessário tomar conhecimento da relação que a instituição possui com os dispositivos midiáticos, como a internet. Desse modo, através de uma pesquisa documental são apresentados os diferentes aspectos que fundamentam e norteiam a comunicação. Diante do interesse pela promoção dos valores, da visibilidade e do vínculo, a instituição fundamenta suas diretrizes em uma teologia comunicacional.

Nesse sentido, propõe-se analisar em que medida a ciberteologia, dentro da perspectiva da hermenêutica religião vivida, pode contribuir com a IECLB no seu objetivo de ser uma igreja atrativa, inclusiva e missionária diante de uma sociedade midiaticizada. Para isso, a dissertação consta com sete capítulos e segue a lógica de introdução, conteúdo e um breve comentário final sobre os pontos levantados em cada um. A pesquisa tem como base metodológica o caráter bibliográfico, desse modo, desenvolve-se a partir de outras publicações em relação as temáticas abordadas. Ao mesmo tempo, ela apresenta um caráter documental, pois analisa documentos publicados pela IECLB ou nos canais oficiais da instituição.

No segundo capítulo desta dissertação, destaca-se a tarefa do campo teológico da Teologia Prática e seus desafios frente às diferentes transformações da sociedade. Exatamente esse é o interesse do primeiro ponto do capítulo, destacar os desafios da Teologia Prática frente a uma sociedade secularizada e pós-moderna e quais os principais eixos que impulsionam as transformações sociais, culturais e religiosas. Em seguida, no segundo tópico do capítulo, enfatiza-se as transformações influenciadas pela mídia e o deslocamento da religião para a esfera midiática, o que exige da Teologia Prática uma perspectiva hermenêutica, a religião vivida. Na sequência, descreve-se a função hermenêutica da religião vivida, como rastrear o sagrado para além das instituições religiosas tradicionais e identificadas com o que dá sentido e faz parte do cotidiano das pessoas.

E se tem algo que faz parte do cotidiano é a comunicação. Por isso, tomada como um fenômeno cultural e vital, a comunicação torna-se um espaço para a religião vivida, e é justamente isso que se apresenta no quarto tópico do segundo capítulo. Além disso, esse deslocamento da religião para a esfera midiática, nos provocará a pensar na possibilidade de uma ciberteologia à medida em que a religião e o sagrado estão online. Em seguida, conclui-se o capítulo com algumas considerações acerca do que foi levantado. Destaca-se neste capítulo as contribuições de autores e autoras como Ruud R. Ganzevoort, Oneide Bobsin e Joana Puntel., Júlio C. Adam, Lothar Hoch, Martin Volkmann., Antonio Spadaro e Moisés Sbardelotto.

A partir da compreensão da comunicação como um aspecto cultural e um eixo promotor de transformações sociais, o terceiro capítulo apresenta a relação entre a teologia cristã e a comunicação. Para isso, serão apresentados diferentes tópicos como: o cristianismo e a comunicação, a comunicação de Jesus e a própria comunicação na igreja de Jesus Cristo sob a ótica evangélico luterana, descrevendo

assim o que é igreja e qual sua tarefa, isto é, seu ministério. Para isso, apresenta-se dois subtópicos que indicam uma igreja em movimento e um ministério da pregação como comunicação. Na sequência, um último tópico do capítulo destacará a adoção de termos teológicos pela tecnologia, dando assim outras significações a expressões historicamente teológicas, demonstrando assim um dos desafios da comunicação midiática através da internet. Vera Bombonato, Fernando Altemayer Junior, Joana Puntel, Mario de França Miranda, Moisés Sbardelotto, Nelson Kirst, Martin Dreher, Vitor Westhelle, Robert Rosin, Gottfried Brakemeier, Wilhelm Gräb e Aline Amaro da Silva são os autores e autoras que fundamentam o capítulo.

O quarto capítulo da dissertação destacará o fenômeno da midiatização que serão apresentados em diferentes tópicos, como: o que caracteriza uma sociedade midiatizada, seus avanços comunicacionais que vão das mídias digitais à internet, o nascimento de uma cultura das redes, a cibercultura, e também novas concepções de comunidade, a partir das comunidades virtuais e das redes sociais. Além disso, o capítulo destacará as diferentes compreensões em torno do conceito de virtual e virtualização. Moisés Sbardelotto, Manuel Castells, Joana Puntel, John Thompson, Stig Hjarvard, Charlie Gere, Luís Mauro Sá Martino, Pierre Lévy e Jorge Miklos são os principais autores e autoras que abordam a midiatização e demais nuances.

No quinto capítulo da dissertação tematiza-se o ciberespaço e a religião midiatizada e descreverá de que forma a mídia incide decisivamente na experiência religiosa. Seguindo a tarefa de rastrear o sagrado, será identificado a presença religiosa na mídia através das instituições religiosas, mas também uma mídia que abraçou características que antes eram atribuídas apenas às divindades. Neste capítulo serão apresentados alguns tópicos como: a religião midiatizada; a sacralidade digital; a ciber-religião e a sagrada mídia; *religion* online e online *religion*, com as instituições e a religião banal na mídia; a midiatização religiosa *online*; e a fé entre os novos processos comunicacionais e novas experiências provocadas pela internet que, serão apresentados como a sintetização, ubiquização, autonomização e conectivização. Autores e autoras citados no capítulo são Moisés Sbardelotto, Luís Mauro Sá Martino, Stig Hjarvard, Joana Puntel, Carlos Eduardo Souza Aguiar, Marshall McLuhan, Jorge Miklos, Mircea Eliade e Ricardo Zimmerman Fiegenbaum.

Na sequência, o sexto capítulo se ocupará com a comunicação, a experiência e as relações em um contexto hiperconectado, vislumbrando uma ciberteologia. No primeiro tópico deste capítulo destaca-se a experiência de estar sempre *online* e como a internet faz parte de nossa vida diária. Na continuidade, destaca-se como o cristianismo está inserido diante dos novos processos comunicacionais e experienciais online. Desse modo, seguimos o rastro do sagrado até a imersão ao ciberespaço e uma proposta teológica que contempla a vida hipercomunicativa, a ciberteologia. No quarto tópico destaca-se um método apresentado por Aline Amaro da Silva sob uma ótica da catequese. Por fim, no capítulo será apresentada uma pitada ciberteológica ao refletir a perspectiva de conexão e proximidade. Antonio Spadaro, Aline Amaro da Silva, Manuel Castells, Joana Puntel, Ruud Ganzevoort, Fernanda Estrella e Júlio Adam são alguns dos autores e autoras do capítulo.

No sétimo e último capítulo apresenta-se um levantamento documental da relação da IECLB e das igrejas protestantes históricas com a midiatização e a comunicação. O primeiro tópico do capítulo demonstrará como as igrejas protestantes históricas compreendem sua tarefa comunicacional e se articulam nas mídias. Em seguida, no segundo tópico, o contexto comunicacional da IECLB será apresentado, bem como aquela que pode ser considerada sua teologia comunicacional. O terceiro tópico do capítulo demonstrará a relação da IECLB com diferentes mídias e, por fim, o último tópico se concentrará na relação específica da instituição com a internet, através das diferentes redes sociais e do seu portal oficial, o Portal Luteranos. Como principal referencial estão os trabalhos de Ricardo Zimmerman Fiegenbaum, Pedro Gilberto Gomes, Luiz Carlos Ramos e Júlio C. Adam e documentos institucionais encontrados de forma online e publicados pela IECLB.

A partir dessa caminhada investigativa e seguindo os rastros do sagrado será possível, de forma audaciosa, apontar alguns caminhos que possibilitem a igreja de Jesus Cristo alcançar seu objetivo de mais ser atrativa, inclusiva e missionária.

2 TEOLOGIA PRÁTICA: RASTREAR O SAGRADO

2.1 INTRODUÇÃO

Este capítulo procura demonstrar a importância da Teologia Prática em um contexto de profundas transformações sociais, culturais e comunicacionais. Desse modo, estaremos situando a pesquisa dentro do seu campo específico e buscaremos a importância da mesma para a tarefa da igreja frente às transformações impostas por uma sociedade pós-moderna e globalizada. Além disso, há um eixo que transpassa as diferentes mudanças na sociedade, a comunicação.

2.2 A TEOLOGIA PRÁTICA E AS TRANSFORMAÇÕES NA SOCIEDADE

A Teologia Prática (TP) é um grande guarda-chuva. É assim que Ganzevoort compreende essa área que abrange as mais diferentes “definições, abordagens, temas, motivos e objetos de estudo”. Além disso, é ela que tem a função de responder às mudanças e transformações pelas quais a religião e a teologia se deparam. Por isso, se “a face e a estrutura da religião estão mudando”, frente a uma realidade marcada por fenômenos como a globalização, a desinstitucionalização, a secularização, e poderíamos citar ainda, a cultura midiática digital, como a teologia prática responde à essas mudanças?¹ Entre esses aspectos levantados por Ganzevoort, é importante observarmos que todos eles de algum modo incidem na religião. De forma geral, propõem-se abordar alguns desses pontos, mas nosso interesse está em buscar o fenômeno que acompanha os demais e está dentro do campo da comunicação, a midiaticização a partir da internet.

Uma das características do fenômeno religioso contemporâneo está na independência das religiões de suas instituições. Nesse sentido, Bobsin nos fala de um subterrâneo religioso, em que “na clandestinidade da existência ou no subterrâneo da vida social e religiosa, sob a fachada teológica do monoteísmo, percebemos um grande politeísmo”, isto é, a religião vivenciada das pessoas é muito mais profunda do que elas deixam transparecer.² Em outro artigo, Bobsin aponta para algo além dessa realidade subterrânea, uma religião marcada por

¹ GANZEVOORT, R. Ruard. Encruzilhadas do caminho no rastro do sagrado: a Teologia Prática como hermenêutica da religião vivenciada. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v. 49, n. 2, p. 317-343, 2009. Disponível em: http://www.est.edu.br/periodicos/index.php/estudos_teologicos/article/view/91/85. Acesso em 09 nov 2022.

² BOBSIN, Oneide (org.). O subterrâneo religioso da vida eclesial: : intuições a partir das ciências da religião. In: BOBSIN, Oneide; SALDANHA, Marcelo Ramos (org.). **Ciências da Religião: uma hóspede impertinente**. São Leopoldo: Faculdades Est, 2020. p. 143.;

novas tendências religiosas, como a destradicionalização e a transgressão de fronteiras, que resultam numa transversalidade. Na transversalidade, “aspectos de uma religião são disseminados em outros fenômenos religiosos. Mesmo que não ocorra crescimento numérico, cresce a sua influência. Fragilizam-se as fronteiras e decresce a “fidelidade” a uma Igreja ou religião.” Como resposta para essa realidade, está o fundamentalismo monoteísta, portanto, um fechamento das fronteiras e do contato com diferentes expressões religiosas.³

Uma terceira característica, apontada por Bobsin, está no que ele chama de ‘nova religiosidade’ que se manifesta na esfera profana. Nesse sentido, temos uma diluição das fronteiras do sagrado e profano. Como o autor afirma, “a fonte de transcendência e sentido se pluralizou e fugiu do campo das religiões instituídas.”⁴

Em 2008, Puntel chamava atenção para as mudanças na sociedade e para a necessidade de admitir que elas incidem de forma globalizada nos mais diferentes aspectos da vida. Esse processo “de globalização que vem por meio do mercado, da política, da estratégia militar, da ciência tecnológica, da comunicação e da espiritualidade” é um verdadeiro fenômeno capaz de gerar grandes mutações culturais e civis. Do mesmo modo, as religiões e o cristianismo sentem as mudanças sociais.⁵

Diante das transformações, Puntel aponta a importância de perceber essas mudanças na sociedade e, para isso, propõe uma forma que ela considera pedagogicamente simples e que pode contribuir para a “reflexão pessoal e comunitária sobre nosso modo de situar-nos diante da mudança da realidade.” No entendimento da autora, a percepção das mudanças está atrelada à uma ‘lógica’ que pode ser subdividida em três vertentes. A primeira corresponde à percepção propriamente relacionada com os sentidos, de tal modo que “é o constatar, em um relance, as coisas que mudam, perceber como são absorvidas por nós, sem que nos demos conta disso”. Por isso, está relacionada a um certo automatismo e imposição pelo momento vivido sem que haja grandes questionamentos. Já, a segunda vertente, percebe as mudanças sob a ótica dos fatos históricos e de questionamentos em relação às causas e consequências, portanto, é “uma leitura sobre o *porquê* se faz assim; ou *aonde* se vai fazendo desse modo; ou o que motiva a sociedade a agir dessa maneira; e *quem* induz a fazer deste ou daquele modo.” Por fim, a terceira vertente reconhece a presença de Deus e seus sinais. Nesse sentido, Puntel afirma que “a

³ BOBSIN, Oneide. Tendências religiosas e transversalidade: tendências religiosas e transversalidade. In: BOBSIN, Oneide; SALDANHA, Marcelo Ramos. **Ciências da Religião: uma hóspede impertinente**. São Leopoldo: Faculdades Est, 2020. p. 146-171.

⁴ BOBSIN, 2020, p. 163.

⁵ PUNTEL, Joana T. **Cultura midiática e Igreja: uma nova ambiência**. 2. ed. São Paulo, SP: Paulinas, 2012. p. 85 – 86.

evangelização deve caminhar em sintonia com os sinais dos tempos e do espaço. Acolher tais sinais significa acolher o momento histórico e as situações que lhe são próprias, como ‘lugar teológico’ e ‘interpelação de Deus’.” Do mesmo modo, a missão da Igreja fundamentada na fé e na experiência de Deus, ocorre dentro de um tempo e espaço determinado.⁶

Puntel utiliza a segunda vertente como partida para a reflexão, afinal, contempla de forma múltipla as mudanças e também pauta as causas e efeitos das transformações. Contudo, isso é construído a partir de eixos centrais que “são pontos de referência para explicar a mudança de época, além da cronologia dos fatos”. Para a autora, os eixos que desencadeiam uma série de transformações na sociedade são: a globalização; a modernidade e pós-modernidade; e a comunicação e as novas tecnologias da comunicação.⁷

Cada um dos eixos é apresentado a fundo pela autora, que, em relação a globalização, de forma sintética, a apresenta como “*um processo histórico e, ao mesmo tempo, social, econômico, político e cultural, no qual se movem os indivíduos, os povos, os governos, a sociedade, as culturas, as línguas, as religiões, as nações e os continentes.*” Sobre a modernidade, muitas marcas poderiam ser levantadas e explicadas para tomar conta de todo o conceito, um exemplo é a secularização e seu efeito na fé cristã, mas de uma forma geral a autora define o eixo como “um modo de pensar, um estilo de vida e uma mentalidade que possui características e valores próprios: a hegemonia da eficiência, a supremacia da estrutura sobre o conteúdo, a promoção da racionalidade.” Desse período, características importantes se sobressaíram, como o “progresso das ciências e das técnicas, a formação do capitalismo industrial, a explosão cultural, o avanço da razão que conquista e domina”. Aqui, emerge a “Era da Informática”, que resulta dos avanços da tecnologia da linha eletrônica, da informação e da comunicação.⁸

Contudo, a modernidade se vê diante de uma crise no campo da cultura e nasce um novo fenômeno, chamado pós-modernidade, em que as relações culturais e sociais são modificadas e as antigas identidades e comunidades deixam de ter relevância na formação identitária, por isso, Puntel afirma que “a desesperada busca da identidade é o novo drama das culturas”. Nesse sentido, uma das características da pós-modernidade são as identidades fragmentadas num contexto em que as antigas estruturas de referências deixaram de ter relevância.⁹

⁶ PUNTEL, 2012, p. 86 - 87.

⁷ PUNTEL, 2012, p. 88.

⁸ PUNTEL, 2012, p. 89 - 98

⁹ PUNTEL, 2012, p. 100.

Ganzevoort aborda a secularização como desafio para a Teologia Prática.¹⁰ Segundo Berger, a secularização é “o processo pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religiosos.” Ele aponta para uma mudança significativa na autoridade da igreja, frente à uma separação do Estado, que passa a deter, por exemplo, o poder sobre a educação. A mudança não é apenas socioestrutural, pois, quando levado em conta os aspectos culturais e simbólicos, significa um processo que “afeta a totalidade da vida cultural e da ideação e pode ser observada no declínio dos conteúdos religiosos nas artes, na filosofia, na literatura e, sobretudo, na ascensão da ciência, como perspectiva autônoma e inteiramente secular, do mundo.”¹¹

2.3 TEOLOGIA PRÁTICA E AS TRANSFORMAÇÕES A PARTIR DA MÍDIA

Embora a perspectiva da secularização seja dominante nas pesquisas que tematizam a religião nas últimas décadas, Ganzevoort aponta que “a maioria dos sociólogos da religião concorda atualmente que a teoria da secularização constante não faz justiça aos desdobramentos que ocorrem efetivamente no campo da religião.” Pois, mesmo que seja possível apontar para os efeitos da modernidade e da racionalização na religião em alguns países, em outros percebemos o ressurgimento da mesma, “variando de uma vagueza espiritual, por um lado, ao extremismo religioso, por outro.”¹² De todo modo, conforme o autor

Quer um país seja muito ou pouco religioso, ao menos vemos com frequência que as instituições religiosas perdem sua autoridade e instituições não religiosas tomam o lugar delas no sentido de determinar a visibilidade e o significado públicos da religião. E nesse tocante a mídia desempenha um papel importante, que se estende do jornalismo às telenovelas.¹³

O papel da mídia na sociedade pós-moderna é mencionado também por Puntel. Para a autora, o resultado da modernidade, que estabeleceu no progresso e na razão humana o meio para o ser humano alcançar a felicidade sem qualquer referência a religião, foi uma sociedade frustrada. Sem os vínculos comunitários e sociais, diante da fragmentação da sociedade na perspectiva pós-moderna, a consequência é uma sociedade de uma multidão de pessoas

¹⁰ GANZEVOORT, 2009, p. 320.

¹¹ BERGER, Peter L.; BENEDETTI, Luiz Roberto. **O dossel sagrado**: elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo, SP: Paulinas, 1985, p. 119.

¹² GANZEVOORT, R. Ruard. Molduras para os deuses: o significado público da religião de um ponto de vista cultural. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v.56, n.2, p. 361, dez. 2016. Disponível em: <http://revistas.est.edu.br/index.php/ET/article/view/729/642>. Acesso em: 08 abr. 2023.

¹³ GANZEVOORT, 2016, p. 361.

solitárias, vazias e fechadas.¹⁴ Nesse contexto, em que as antigas ideologias não satisfazem as pessoas, Puntel afirma que uma outra ideologia nasce nesse período e procura satisfazer o ser humano: a “grande ideologia do nosso tempo”, o *consumo*.¹⁵

O consumismo satisfaz. As carências são pouco percebidas. A sociedade torna-se, assim, uma articulação de interesses. Cria-se a expectativa de uma nova sociedade. Mas onde está a nova sociedade? Apresentam-se, então, os mitos da eternidade, da felicidade, da juventude. Além disso, perde-se o senso de tudo. Por quê? Porque não existe mais razão social pela qual lutar, não existe mais a luta pelas ideologias. A luta torna-se uma luta pela existência. O vazio de sentido da vida cresce sempre mais. Entram aqui, então, os meios de comunicação, não como substitutos de valores, mas como aqueles que preenchem o vazio.”¹⁶

Por fim, Puntel destaca ainda o terceiro eixo promotor de transformações, a comunicação. Todo o universo comunicacional passou por um processo de mudanças, de modo que “um olhar geral já nos oferece um universo de novas mídias que nos últimos anos modificaram nossa maneira de nos comunicar e de desenvolver atividades criativas, lúdicas e profissionais.” Além disso, hoje falamos da comunicação como um fenômeno global e que perpassa diferentes “aspectos da vida social”. O impacto é tão profundo que Puntel afirma que

A visão atual e do futuro que se propõe à sociedade em sua mudança de hoje nos impele a olhar a comunicação social como um fenômeno cultural dos nossos tempos, que organiza e move a globalização, a modernidade e a pós-modernidade, integrando as três orientações fundamentais que caracterizam uma mudança de época, neste Terceiro Milênio.¹⁷

Nessa direção, embora Ganzevoort indique que não esteja claro “como a religião funciona e é retratada na cultura pop em geral e nos meios de comunicação em particular”, ele reconhece o deslocamento da religião para esses espaços.¹⁸ Assim sendo, se a “face e a estrutura da religião estão mudando, e a teologia, sobretudo a Teologia Prática, precisa responder a essas mudanças.” Justamente por isso, o autor propõe uma abordagem que parte da definição de uma área de consenso e que possibilite abarcar as diferentes perspectivas do mundo contemporâneo, ele sugere que tomemos a Teologia prática “como a hermenêutica da religião vivenciada”.¹⁹

Dessa proposta, pelo menos alguns pontos devem ser elucidados. Primeiro, a noção de religião é definida como “os padrões transcendentais de ação e significado que contribuem para

¹⁴ PUNTEL, 2012, p. 103.

¹⁵ PUNTEL, 2012, p. 104.

¹⁶ PUNTEL, 2012, p. 103 - 104.

¹⁷ PUNTEL, 2012, p. 107.

¹⁸ GANZEVOORT, 2016, p. 359.

¹⁹ GANZEVOORT, 2009, p. 321.

a relação com o sagrado e nela estão inseridos.” Ganzevoort reconhece o caráter primordialmente funcional da definição, mas destaca a intenção de abrangência e que o cerne da mesma está na relação com o sagrado. Nesse sentido, o sagrado é tomado como “um centro ao redor do qual nossa vida gravita, bem como uma presença que evoca reverência e paixão.” Com essa proposta, o autor defende que podem ser estudadas estruturas organizacionais, psicológicas, questões sociais e muito mais. Para ele, “cada projeto na Teologia Prática enfoca a religião, seja o estudo de fenômenos ou da reflexão teológica sobre tais fenômenos.”²⁰

O estudo da teologia e da religião pode ser distinguido por três materiais: primeiro, o texto e as escrituras de uma tradição religiosa que buscam em métodos literários e linguísticos recursos para investigação. Como exemplo, podemos citar a Teologia Bíblica; o segundo material, é o conjunto de elementos e estruturas doutrinárias e conceituais que “procuram expressar o que podemos ou não podemos pensar e dizer sobre a relação com o divino” e que buscam métodos no campo filosófico, dando origem a disciplina de Teologia Sistemática; por fim, o terceiro material é, como Ganzevoort define, “a ‘práxis’, ou a religião vivenciada, as ações e os significados operantes nas maneiras em que as pessoas vivem, interagem e se relacionam com o divino” e busca os métodos nas ciências sociais e na pedagogia.²¹

2.4 A FUNÇÃO HERMENÊUTICA DE RELIGIÃO VIVIDA: RASTREAR O SAGRADO

Nesse sentido, a hermenêutica está para a Teologia Prática como um modo de interpretar a vida e a relação com aquilo que construímos de significado e de sentido. Além disso, a compreensão de uma hermenêutica da religião vivida enfatiza a tarefa teológica de analisar o fenômeno religioso que está imbricado no cotidiano. De tal modo que isso distingue o trabalho da teologia das outras áreas como psicologia, antropologia e sociologia. Enquanto essas áreas estão interessadas “nos processos psicológicos, nos contextos e nas consequências sociais, na formação cultural da experiência religiosa ou por trás delas”, o interesse da teologia é a “própria relação com o divino”. É esse o motivo que faz o autor compreender que “a teologia é a disciplina que discerne, descreve, interpreta, explica, avalia e ajuda a construir maneiras pelas quais as pessoas falam sobre Deus - *theologia* -, com Deus e como vivenciam o ser-falado por Deus. Para mim teologia é rastrear o sagrado.”²²

²⁰ GANZEVOORT, 2009, p. 322.

²¹ GANZEVOORT, 2009, p. 323.

²² GANZEVOORT, 2009, p. 324.

A Teologia Prática pensada dessa forma possibilita refletir para além das práticas eclesiais e partir da “prática das pessoas nas suas vidas individuais, cotidianas, midiaticizadas, fazendo uma hermenêutica desta religião vivida.”²³ Se pegarmos o contexto brasileiro como exemplo, vamos encontrar um contexto bem distinto do europeu, em que as marcas da secularização e da individualização da religião estão bem presentes. No caso do Brasil, além da presença da igreja e da religião institucionalizadas, vamos encontrar a “religião nas formas tradicionais e populares, em todas as esferas da vida.” Além disso, a realidade brasileira é marcada por “um excesso de religião que excede o próprio campo religioso. A religião faz parte da cultura, da sociedade, da intimidade, do corpo, da sexualidade, da política e da economia, da cultura pop, do cotidiano.”²⁴

Ao mesmo tempo, a Teologia Prática possui um segundo caráter hermenêutico que tem relação com a sua responsabilidade eclesial. Primeiro, cabe a ela ser “hermenêutica da prática cristã” e auxiliar a igreja em sua tarefa de interpretação e atualização da palavra de Deus. Ela é importante para a igreja, como uma disciplina teológica crítica, mas que ao mesmo tempo “tem a função de ajudar a igreja a explicar a mensagem do evangelho de modo que o mundo e a própria igreja acertem o passo com Deus”. Em segundo lugar, a Teologia Prática tem a responsabilidade de “zelar para que a igreja acerte o passo com o mundo”. Para cumprir essa função, ela procura compreender o mundo, a realidade e também as religiosidades modernas. Hoch define muito bem essa tarefa ao afirmar que “a função da Teologia Prática é promover a comunicação entre a tradição cristã, a igreja e o mundo contemporâneo.”²⁵

Tendo em vista essa função hermenêutica e de rastreio pelo sagrado, mas que carrega o aspecto crítico e visa dar respostas e alternativas para a prática eclesial, nos perguntamos qual o método que a disciplina estabelece para cumprir essa função? Primeiro, precisamos ter em mente que a Teologia Prática possui uma enormidade de métodos e abordagens.²⁶ Além disso, a globalização inaugurou um tempo em que o conhecimento é marcado pela

²³ ADAM, Júlio César. Teologia em movimento: perspectivas da teologia prática como hermenêutica da religião vivida a partir do cinema brasileiro. **Numen**: revista de estudos e pesquisa da religião, Juiz de Fora, v. 21, n. 1, p. 114-128, jul. 2018. Semestral., p. 116.

²⁴ ADAM, Júlio César. Religião Vivida e Teologia Prática: possibilidades de relacionamento no contexto brasileiro. **Perspectiva Teológica**, [S. l.], v. 51, n. 2, p. 320 - 321, 2019. DOI: 10.20911/21768757v51n2p311/2019. Disponível em: <https://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/perspectiva/article/view/4133>. Acesso em: 9 nov. 2022..

²⁵ HOCH, Lothar Carlos. Reflexões em torno do método da Teologia Prática. In: SCHNEIDER-HARPPRECHT, Christoph; ZWETSCH, Roberto E. (org.). **Teologia Prática no contexto da América Latina**. 3. ed. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2011. Cap. 3. p. 59-71.

²⁶ GANZEVOORT, 2009, p. 332.

interdisciplinaridade e transdisciplinaridade.²⁷ Essa é uma situação que não dificulta o trabalho da Teologia Prática, uma vez que ela possui uma facilidade em dialogar com outras áreas, tanto que faz uso dos métodos e recursos das mesmas, principalmente as ciências sociais e humanas. Isso é exposto por Hoch, quando menciona o uso das ciências da comunicação e da Retórica para o aprimoramento da Homilética, uma das subdisciplinas da área. O autor complementa sobre a relação e a necessidade que a Teologia Prática possui das outras ciências, afinal

Não existem métodos “teológicos” de investigação da realidade. Os métodos existentes são regidos por um estatuto próprio de natureza estritamente secular. Isso não impede que a Teologia Prática se utilize desses métodos quando, por exemplo, se propõe a pesquisar a postura dos fiéis em relação a determinados temas religiosos e seus motivos, bem como tendências atuais que se delineiam entre os mesmos ou entre a população em geral.²⁸

Diante da função da Teologia Prática, que é ainda reafirmada como o “posto avançado da igreja” a quem cabe “buscar uma sintonia com as correntes contemporâneas de pensamento” e, além disso, “pensar a prática cristã em meio às formas mais diversas de religiosidade e às verdades que essas reclamam para si”²⁹, realizamos o trabalho de rastrear o sagrado contemporâneo e de enxergar a religião vivida no cotidiano, fora dos limites eclesiais. Mas é importante ressaltar aquilo que Volkmann afirma, que a Teologia Prática posta a serviço da igreja “não significa subserviência ou limitação à igreja enquanto instituição. Significa antes estar a serviço da igreja na medida em que ela serve à obra de Cristo que transcende a própria igreja.”³⁰

Essa é a proposta da religião vivida, que demarca uma mudança na Teologia Prática a partir da segunda metade do século XX, quando ela expande seus horizontes para além da Igreja e do ministério e passa a considerar como campo de análise a cultura, a sociedade e a religião de modo geral. Agora, “a maneira como o indivíduo vive sua religiosidade e espiritualidade dentro e fora do âmbito institucional e tradicional da Igreja ou outra tradição religiosa passa a ter grande relevância, relacionando ou não a sua vivência com um sistema religioso.”³¹ Contudo, enquadramos a religião vivida dentro da teologia prática para não esquecer que sua

²⁷ SUSIN, Luiz Carlos. FAZER TEOLOGIA EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO NOTA SOBRE MÉTODO EM TEOLOGIA. *Perspectiva Teológica*, [S. l.], v. 31, n. 83, p. 97, 1999. Disponível em: <https://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/perspectiva/article/view/841>. Acesso em: 05 mar. 2023. p. 106.

²⁸ HOCH, 2011, p. 65 – 65.

²⁹ HOCH, 2011, p. 69.

³⁰ VOLKMANN, Martin. Teologia Prática e o ministério da igreja. In: SCHNEIDER-HARPPRECHT, Christoph; ZWETSCH, Roberto E. (org.). *Teologia Prática no contexto da América Latina*. 3. ed. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2011. Cap. 4. p. 73.

³¹ ADAM, 2019, p. 312.

tarefa é contribuir e “repensar o papel da Igreja em um contexto carente de sentido e transformação social”.³²

Na religião vivida, a Teologia Prática encontra uma hermenêutica, uma nova “chave de leitura do contexto, mas também um fenômeno de manifestação do religioso e da religião de forma mais ampla.”³³ Nessa concepção, o ponto de partida para analisar e perceber a religião e a própria teologia deixa de ser determinadas concepções teóricas, dogmáticas, sociológicas e a tradição da igreja, e passa a ser aquilo “que a cultura e que as pessoas fazem e dizem ser religião e o religioso”.³⁴ A religião vivida está ligada com aquilo que abastece as pessoas de sentido de vida, nos seus mais diferentes contextos e culturas, mas que está vinculado à vivência de cada pessoa e, portanto, “muda com o tempo, com a cultura e a sociedade”.³⁵

A relação entre cultura e teologia já havia sido apontada por Paul Tillich, na Teologia da cultura, e também sociologicamente com a concepção de uma religião invisível de Thomas Luckmann, quando amplia a sociologia da religião, “abarcando em sua conceituação outras formas do religioso na sociedade moderna.” Agora, porém, questiona-se de que modo e se é possível a religião existir fora do ambiente institucional e para além de conceitos pré-determinados. Nesse sentido, a religião vivida faz a teologia prática se interessar por essas manifestações, pois é uma “forma de se repensar a si mesma e o papel da igreja na atualidade.”³⁶ Ainda, segundo Adam, a

Religião vivida é uma forma de perceber elementos, conteúdos e formas religiosas na esfera da vida, sejam nas vivências cotidianas e pessoais, sejam em momentos especiais de comemoração ou de crises, nas relações diversas, no lazer e entretenimento, ou seja, fora da alçada da instituição religiosa, fora do culto, fora da própria esfera sagrada e fora da religião institucional, mesmo que, por vezes, relacionada a ela, como forma de explicar a própria vida.³⁷

Se por um lado encontramos ainda dentro do âmbito da Igreja, um modo de avaliar “como as pessoas interpretam e vivem a religião independente da instituição e seus preceitos”. Por outro lado, estamos diante de uma segunda possibilidade de avaliar a manifestação do religioso sem qualquer ligação institucional, “na cultura, na mídia e no cotidiano, em elementos,

³² ADAM, 2019, p. 314.

³³ ADAM, 2019, p. 312.

³⁴ ADAM, Júlio César. Deus e o Diabo na terra do sol Religião vivida, conflito e intolerância em filmes brasileiros. **Estudos de Religião**, [S.L.], v. 31, n. 2, p. 79, 31 ago. 2017. Instituto Metodista de Ensino Superior. <http://dx.doi.org/10.15603/2176-1078/er.v31n2p77-99>. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/2176-1078/er.v31n2>. Acesso em: 25 nov. 2022.

³⁵ ADAM, 2019, p. 316.

³⁶ ADAM, 2019, p. 317.

³⁷ ADAM, 2019, p. 317.

conteúdos e formas, onde se percebe relações com elementos religiosos”. Além disso, até mesmo a religião cristã vivida se vivencia fora da igreja.³⁸ Embora Ganzevoort indique que o tipo de religião encontrada, sua finalidade e conteúdo não apresentam-se necessariamente do mesmo modo que as religiões tradicionais, ainda que possam utilizar de “imagens ou palavras tradicionais.” Para o autor, “é justamente isso que mostra ser um desafio importante para os/as teólogos/as contemporâneos/as e outros/as pesquisadores/as da religião.”³⁹

Mas em que lugar podemos encontrar essa religião vivida? Segundo Adam, a amplitude dessa proposta de análise pode ser percebida quando consideramos que “a televisão, cinema, revistas, internet expressam uma cultura religiosa imbricada na cultura popular cotidiana.” Com isso, percebemos que a “religião vivenciada está incrivelmente relacionada direta ou indiretamente, explícita ou implicitamente com as diferentes mídias.”⁴⁰ Mas antes de pensar nas mídias, propriamente ditas, cabe-nos compreender a dimensão cultural da comunicação como um todo. De forma que poderemos enfatizar que vivemos imersos em uma cultura midiática e como isso altera nossa forma de nos relacionarmos, inclusive com a religião. Afinal, se a religião vivida pode ser encontrada na cultura devemos partir da comunicação como um fenômeno cultural.

2.4 A COMUNICAÇÃO COMO CULTURA: ESPAÇO DE RELIGIÃO VIVIDA

A comunicação, pensada como um fenômeno e um ambiente vital, permeado por um conjunto de valores e estilos de vida, tem atraído pessoas pesquisadoras e tem sido compreendida como cultura. Puntel compreende que a comunicação é uma *cultura global*. Além disso, tomando como base toda a macroestrutura ligada ao fenômeno comunicacional, ou seja, as tecnologias, a indústria da comunicação e as ciências da comunicação, já não é mais possível pensar individualmente cada meio. Nesse sentido, a autora afirma “a comunicação não é mais um conjunto de meios ‘singulares’ (imprensa, jornal, cinema, rádio, televisão, computador etc.), mas uma ‘ambiência vital’, isto é, uma cultura que influi e na qual se move cada aspecto da vida individual e social.”⁴¹

³⁸ ADAM, 2019, p. 318.

³⁹ GANZEVOORT, 2016, p. 359.

⁴⁰ ADAM, Júlio César. RELIGIÃO, CULTO CRISTÃO E MÍDIAS COMO UMA FORMA DE RELIGIOSIDADE VIVENCIADA: uma análise como tarefa da teologia prática. *Pistis & Praxis: Teologia e Pastoral*, Paraná, v. 4, n. 1, p. 299, jun. 2012. Semestral.

⁴¹ PUNTEL, 2011, p. 109.

Nesse sentido, somos convidados a pensar a comunicação a partir de sua origem latina, *communicare*, que se aproxima de compartilhar, e com isso enfatizamos o aspecto dialético da comunicação. Assim, compreendemos que a comunicação não é um ato meramente instrumental, mas que exige a participação e a interlocução de pessoas. É isso que vai afirmar Barros, quando afirma que “mais que as dimensões técnica e instrumental da mídia, é preciso valorizar a dimensão humana da comunicação.” Se colocamos o ser humano como parte desse processo e não apenas como um objeto, conseguimos pensar nas “relações sociais de uma sociedade midiaticizada”.⁴²

Pensando no contexto da pós-modernidade, a comunicação já não está restrita “a um único setor (aquele dos meios de comunicação social), da iniciativa humana”, mas está ligada a um modo complexo de viver e de se relacionar em que a experiência humana está distribuída. Emerge assim uma civilização em que as diferentes formas culturais, de pensamento e de vivência se encontram, por isso, falamos de interculturalidade e interdisciplinaridade como aspectos marcantes da sociedade pós-moderna. Nesse sentido, Puntel reafirma que a comunicação não pode mais ser compreendida apenas de modo instrumental, mas como uma cultura.⁴³ Nessa mesma direção Miklos enfatiza que “pensar a comunicação humana é entrar no mundo da cultura. É no terreno das raízes que podemos encontrar as marcas ancestrais presentes nos meios de comunicação eletrônicos interativo.”⁴⁴

Ao tomarmos a comunicação como cultura, reconhecemos também a necessidade de uma nova mentalidade e métodos de ação. Numa perspectiva de mudança, Puntel chama atenção para repensar a forma como vivemos, atuamos e evangelizamos. Ao mesmo tempo, não podemos confundir a comunicação enquanto cultura com ideologia, mas o que a autora propõe com isso é reconhecer nela “um aspecto fundamental da sociedade, uma mentalidade e um método, em conexão com um conjunto de outros aspectos da sociedade.” Isso demanda uma análise concomitante da evolução das tecnologias da comunicação e do conceito de cultura, afinal parte-se de que com as “novas tecnologias da comunicação, instaura-se uma ‘nova cultura’, compreendida como ‘um modo de ser e um estilo de vida’, uma nova ambiência”, por isso está entrelaçada com as características dos demais processos da sociedade pelo qual a sociedade é influenciada, como a modernidade e pós-modernidade.⁴⁵ Se pensarmos bem, a

⁴² BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiaticização: conexões entre teóricas europeias e latino-americanas. In: **Mediação & midiaticização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 82.

⁴³ PUNTEL, 2012, p. 110.

⁴⁴ MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos na cibercultura**. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2012, p. 89.

⁴⁵ PUNTEL, 2012, p. 111.

comunicação é “um importante elemento articulador de mudanças nos indivíduos, nas famílias e nos grupos e, no todo da sociedade, por ela veicula usos, costumes e modismos”⁴⁶

Do mesmo modo que a Teologia Prática, a comunicação possui uma grande possibilidade de enfoques e abordagens. Por exemplo, podemos pensá-la a partir do ponto de vista cultural, ou do determinismo tecnológico, enfatizar o produtor da mensagem, em outro momento o receptor e em outros momentos podemos focar na mediação e nos meios tecnológicos. De todo modo, segundo Puntel “todas as análises estão corretas, mas não deixam clara visão da complexidade do processo midiático.”⁴⁷

Tendo em vista essa complexidade metodológica e conceitual da comunicação, Puntel aponta para a importância de situar “o tema no contexto amplo do discurso de uma *sociedade midiaticizada*, pois verificaremos ali o surgimento de uma nova visibilidade que está definitivamente relacionado a novas maneiras de agir e interagir trazidas com a mídia”.⁴⁸ Além disso, nós tomamos como base o que Sodré já indicava sobre a sociedade contemporânea ser regida pela midiaticização.⁴⁹ Portanto, somos devolvidos à temática da religião vivida e à relação da religião com a mídia.

A relação das mídias com a religião vivida é enfatizada por Adam. Segundo o autor, a “televisão, cinema, revistas, internet expressam uma cultura religiosa imbricada na cultura popular cotidiana”. Além disso, as mídias possuem uma capacidade de transmitir mensagens profundamente simbólicas e

[...] proporcionam ritos e recontam mitos, que antes encontravam sua expressão na liturgia do culto dominical, por exemplo. Sacralizam, assim, o tempo e o espaço, virtual e real, cuidam do corpo e do espírito, imagens e hipertextos. As mídias orientam e dão sentido para a existência das pessoas, como uma verdadeira liturgia sendo “celebrada” e ritualizada nas telas, páginas, imagens, iPods, mp3, 4, 5, etc, na vida cotidiana, na cultura *pop*.⁵⁰

Nesse sentido, Ilona Nord aponta que os meios de comunicação sociais utilizados para comunicar sobre religião estão relacionados ao campo mais amplo da teologia prática, as investigações sobre a religião vivida, quando a religião é analisada a partir de uma ótica que vai

⁴⁶ PUNTEL, Joana T. **Comunicação**: diálogo dos saberes na cultura midiática. São Paulo, SP: SEPAC, Paulinas, 2010, p. 208.

⁴⁷ PUNTEL, Joana T. Comunicação virtual: ciberespaço, interculturalidade e telereleções. In: ALTEMAYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise. **TEOLOGIA e COMUNICAÇÃO**: corpo, palavra e interfaces cibernéticas. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 147-160.

⁴⁸ PUNTEL, 2011, p. 148.

⁴⁹ SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002. 269 p.

⁵⁰ ADAM, 2012, p. 299.

além dos campos institucionais e eclesiásticos, mas é enxergada na cultura. Desse modo, os meios eletrônicos fazem parte da cultura contemporânea, portanto não estão excluídos dessa categoria de análise.⁵¹ Para buscar a relação entre a religião e as mídias, vamos fazer uso de estudos do campo da comunicação que enfocam na religião. Neste sentido, é interessante destacar que enquanto a religião vivida vai se ocupar com a religião ou os aspectos religiosos encontrados na mídia enquanto *fenômeno religioso*, “a religião interessa para as Ciências Sociais – e para a Comunicação – por sua importância *como fenômeno social*”.⁵²

A religião no espaço online é encontrada, tanto de forma explícita, como implícita. A religião vivida, em nossa pesquisa, nos provoca a pensar a mídia em dois sentidos implícitos. Primeiro, a mídia comumente associada como um suporte material que permite estabelecer “uma conexão entre dois pontos ou mais, com a finalidade de transmitir e/ou receber informações”⁵³, passa agora a absorver características antes somente atribuídas ao divino. É assim que Miklos aponta o aspecto miofágico das mídias, principalmente as interativas (computadores e demais capazes de formar uma rede), que se apropriam “de conteúdos arcaicos da cultura, em particular os atributos divinos” e identificam-se com eles.⁵⁴

Na internet, em especial, encontramos três desses atributos que foram absorvidos por essa mídia em rede: onipotência, onipresença e onisciência.⁵⁵ Miklos afirma que “na mesma medida em que as religiões assimilam estratégias midiáticas, em busca da manutenção do seu *status quo*, meios de comunicação eletrônicos interativos, também abarcam valores religiosos apresentando a tecnologia como religião [...]”. Por essa razão, o autor compreende que há uma dupla apropriação da mídia pelo religioso e do religioso pela mídia, e que a grande consequência seria que “no *cyberespace*, o sagrado é a própria mídia.”⁵⁶ É algo muito próximo do que Aguiar descreve ao comentar sobre a sacralidade da mídia e do digital. Para o autor, não apenas a religião está online, mas o sagrado está online, pois “limitar um estudo à presença das religiões nas redes é ignorar diversos fenômenos, afinal, o sagrado está para além das formas de religião.”⁵⁷

⁵¹ NORD, Iona. **Realitäten des Glaubens**: zur virtuellen dimension christlicher religiosität. Berlin: Walter de Gruyter, 2008, p. 152.

⁵² MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2017, p. 14.

⁵³ KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia**: interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 80.

⁵⁴ MIKLOS, 2012, p. 61.

⁵⁵ MIKLOS, 2012, p. 71 – 72.

⁵⁶ MIKLOS, 2012, p. 88 - 89.

⁵⁷ AGUIAR, Carlos Eduardo Souza. **A sacralidade digital**: religiões e religiosidades na época das redes. São Paulo, SP: Annablume, 2014, p. 14.

Já o segundo sentido, diz respeito a uma característica própria da internet, a medida em que ela se tornou uma parte quase que indissociável da nossa vida contemporânea. Portanto, temos na internet um sagrado, como Ganzevoort define, um “centro ao redor do qual nossa vida gravita, bem como uma presença que evoca reverência e paixão”⁵⁸. Um sagrado que, além de todos os tributos divinos absorvidos, também faz parte de nossa vida diária e da nossa liturgia cotidiana, portanto, do conjunto de elementos diários que dão sentido à nossa existência de modo que nos afete e toque incondicionalmente.

Para Adam, “a religião se expressa através de conteúdo, mas, principalmente, através de ritos”. Nesse sentido, outro elemento implícito pode ser encontrado a partir da análise do autor sobre o cinema e a religião. Para ele, “o cinema é uma expressão religiosa pelo seu conteúdo, mas, também pelo rito que se desenrola em torno dele.” Quando o cinema é pensado sob a ótica da religião vivida, pode ser interpretado como um espaço de culto ou rito. No cinema, as pessoas não só encontram-se com outras pessoas que possuem a mesma “crença” ou interesse, mas também com o próprio transcendente.⁵⁹ Da mesma forma, a rede surge como esse espaço midiático, fora do ambiente eclesial, em que as pessoas com os mesmos interesses podem encontrar ofertas de sentido.

O foco de nosso trabalho é rastrear o sagrado, não a partir do implícito, mas principalmente a partir daquilo que é religioso explícito. Afinal, com o deslocamento da religião para a mídia, também as instituições religiosas fazem uso das diferentes formas midiáticas como um recurso de atingir as pessoas. Sobre a religiosidade explícita na mídia, Adam afirma que é

Importante observar que *religião vivida não tem a ver apenas como forma implícita* da religião e do religioso, mas também com formas explícitas, ou seja, avaliando a teologia que as pessoas fazem, a maneira como elas interpretam a sua espiritualidade e vivência de igreja. Em ambos os casos, portanto, a tradição e as matrizes religiosas são importantes, pois é a partir delas que a *religião vivida* pode ser entendida e posta em diálogo com a própria Teologia, ou seja, “as ações e os significados operantes nas maneiras em que as pessoas vivem, interagem e se relacionam com o divino”.⁶⁰

Tomando como base a afirmação de Adam acima, também encontramos muita religião de forma explícita no espaço online. São múltiplas as possibilidades de experiência religiosa

⁵⁸ GANZEVOORT, 2009, p. 322.

⁵⁹ ADAM, Júlio César. Da ficção científica para a ficção religiosa: ideias para pensar o cinema de ficção científica como o culto da religião vivida (from science fiction to religious fiction). **Horizonte**, [S.L.], v. 10, n. 26, p. 552-565, 3 jul. 2012. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. <http://dx.doi.org/10.5752/p.2175-5841.2012v10n26> p. 563.

⁶⁰ ADAM, Julio Cezar. Deus e o Diabo na terra do sol Religião vivida, conflito e intolerância em filmes brasileiros. **Estudos de Religião**, [S.L.], v. 31, n. 2, p. 77, 31 ago. 2017. Instituto Metodista de Ensino Superior. <http://dx.doi.org/10.15603/2176-1078/er.v31n2p77-99>. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/2176-1078/er.v31n2> p. 79. Acesso em: 25 nov. 2022.

proporcionadas na internet. Nas mais diferentes formas e meios, a religião é ofertada através de vídeos, áudios, textos e imagens, revelando-se por meio da cultura midiática online, acessível a quem se interessar. Desse modo, presenciamos uma religião explícita na cibercultura, em que os usuários da rede podem usufruir daquilo que entendem como necessário para vivenciar sua religiosidade. Essa perspectiva demonstra o potencial da rede como transmissor midiático, uma vez que nela todas as mídias podem se manifestar e propagar.⁶¹

As instituições eclesiais já compreenderam o potencial da internet como um meio de acesso a serviços e experiências religiosas, muitas vezes são elas que fornecem aos usuários da rede possibilidades para vivenciar a religiosidade online. Esse é um dos motivos pelos quais presenciamos a inserção de instituições eclesiais tradicionais, como a própria Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB), nesse meio. Corroborando com essa ideia, Aguiar escreve “recentemente, diversas religiões, como todas as instituições, passaram por processos de digitalização, criando arquiteturas digitais para melhorar o diálogo com seus fiéis e desenvolvendo práticas de proselitismo, permitindo até a realização de rituais online.”⁶²

Nesse sentido, vale-nos o questionamento de Spadaro sobre a revolução tecnológica digital impactar o modo de pensar do ser humano e, conseqüentemente, impactar “de certo modo à fé e a sua comunicação”. O mesmo vale para a teologia, ao ser desafiada pela “lógica da *web*”⁶³ As sete frentes de pesquisa que trabalham a relação entre comunicação e teologia, na ótica de Spadaro, são:

1. a teologia pastoral que se dedica à comunicação da mensagem cristã;
2. a teologia aplicada que usa instrumentos próprios da teologia para responder às perguntas da comunicação;
3. a aplicação de categorias teológicas (Trindade, encarnação...) à comunicação para compreendê-la melhor;
4. o uso de instrumentos da comunicação para analisar os textos religiosos;
5. o uso de conteúdos de filmes, TV, música... para promover a reflexão teológica;
6. o estudo da comunicação como contexto para a teologia;
7. o uso de estruturas da comunicação pra formular a reflexão teológica.⁶⁴

Para continuidade, os dois últimos pontos trazidos por Spadaro se destacam e nos possibilitam vislumbrar uma “ciberteologia”. Isso porque “se as experiências especificamente religiosas não podem ser entendidas como dependentes das técnicas de comunicação, fica,

⁶¹ SBARDELOTTO, Moisés. **'E o verbo se fez bit'**: a comunicação e a experiência religiosas na internet. Aparecida, SP: Santuário, 2012, , p. 134.

⁶² AGUIAR, 2014, p. 5.

⁶³ SPADARO, Antonio. **Ciberteologia**: pensar o cristianismo nos tempos da rede. São Paulo, SP: Paulinas, 2012., p. 23 - 27.

⁶⁴ SPADARO, 2012, p. 31.

todavia, evidente que as tecnologias telemáticas estão começando a influir no modo de pensar a fé cristã”. Não se trata de um determinismo tecnológico, mas de refletir “sobre o contexto em que a reflexão teológica” também se desenvolve.⁶⁵ Como católico, a nomenclatura teológica utilizada pelo autor (teologia aplicada, pastoral) faz referência ao seu contexto. Podemos, porém, situar todos esses âmbitos da pesquisa dentro daquele que, conforme vimos anteriormente, Ganzevoort chama de um grande guarda-chuva, a Teologia Prática.⁶⁶ Afinal, como Hoch aponta, existe uma “falta de nomenclatura comum (Teologia Prática? Teologia Pastoral? Teologia Aplicada)” em relação a esse campo de investigação teológica que se preocupa em ser “consciência crítica da Igreja e da própria teologia.”⁶⁷ Portanto, no momento em que reconhecemos a presença do ser humano nas redes e como isso faz parte do dia a dia, novamente o ciberespaço surge como um ambiente para o saber teológico.

Nesse sentido, vale destacar que esse deslocamento das instituições religiosas para a mídia acontece como reflexo ao contexto de uma sociedade midiaticizada que interfere na religião de tal modo que podemos falar em uma religião midiaticizada. Contudo, em diferentes momentos perceberemos como a própria mídia, e em nosso caso a internet, é interpretada a partir de conceitos e aspectos religiosos e de que forma essa relação interfere na própria relação com a transcendência. Por isso, a importância de tomarmos conhecimento desse processo mais amplo que é a midiaticização e seus efeitos diretos e indiretos na experiência religiosa.

2.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA

O objetivo deste capítulo era situar nossa pesquisa dentro do campo da Teologia Prática, que procura identificar os desafios que a contemporaneidade estabelece para a igreja e seu ministério. Por isso, nos propomos a fazer uso de uma análise crítica e histórica do processo de midiaticização da sociedade e das consequências para a religião. Após um panorama geral, nosso objetivo é trabalhar especificamente com a internet e suas interferências sociais e na própria experiência religiosa. Contudo, antes de prosseguirmos, acredito que seja importante

⁶⁵ SPADARO, 2012, p. 32.

⁶⁶ GANZEVOORT, 2009, p. 317-343.

⁶⁷ HOCH, Lothar Carlos. O lugar da teologia prática como disciplina teológica. *Estudos Teológicos*, Vol./No. 32/2, p. 100-112, 1992. Disponível em: http://periodicos.est.edu.br/index.php/estudos_teologicos/article/view/963/932. Acesso em: 05 out 2022. p. 100 – 109.

compreender a relação fundamental entre a Teologia Cristã e a própria comunicação. Afinal, é esse o campo que engloba os meios midiáticos de forma ampla.

3 A TEOLOGIA CRISTÃ E A COMUNICAÇÃO: O CAMINHO PARA UMA TEOLOGIA COMUNICACIONAL

3.1 INTRODUÇÃO

“Quem teria misturado a teologia e comunicação? Teria sido o apóstolo Paulo ou o poeta Camões? Renato Russo ou a Legião Urbana? Quem misturou a água com o vinho? Diria Santo Tomás de Aquino de forma sábia e tranquila: “Para o teólogo que faz bem seu trabalho, o vinho não é enfraquecido com a água, é antes a água que se transforma em vinho.”⁶⁸

Se tomarmos a afirmação de Puntel de que a comunicação é um eixo que articula as mudanças na sociedade, como vimos no capítulo anterior, e que podemos pensar nela como um fenômeno cultural, devemos reconhecer também a sua importância de forma ampla, portanto a nível social, cultural e religioso. Neste sentido, busca-se apresentar neste capítulo a relação entre a teologia cristã e a comunicação.

3.2 O CRISTIANISMO E A COMUNICAÇÃO

O cristianismo, nas palavras de Antonio Spadaro, "é fundamentalmente um evento comunicativo". Da revelação cristã às páginas da Bíblia, o aspecto narrativo demonstra um Deus que se comunica com a humanidade e também se relaciona. “A sua maneira tudo – anjos, sarça ardente, mesas de pedra, sonhos, asnos, tons, sussurros e sopros de vento ligeiro – podem se tornar um dos meios que realizam a comunicação.”⁶⁹ É nessa direção que Bombonato e Altemeyer Junior afirmam que a “Bíblia pode ser lida como a história da comunicação entre Deus e os seres humanos e dos próprios seres humanos entre si”.⁷⁰

Já Mario de França Miranda, ao abordar a questão da comunicação e do cristianismo, destaca que “o próprio conteúdo da mensagem cristã a impede de se limitar a um povo ou uma região”, por isso comunicar a fé cristã é próprio de sua existência. Entretanto, o cristianismo possui um conteúdo fundamental a ser comunicado, o mistério pascal. Para Miranda, “o Cristianismo *comunica uma realidade viva*, o próprio Deus se doando a si próprio a cada ser

⁶⁸ BOMBONATTO, Vera Ivanise; ALTEMEYER JUNIOR, Fernando. A teologia entre a onomatopoeia e o neologismo. In: ALTEMEYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Teologia e Comunicação: corpo, palavra e interfaces cibernéticas**. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 221.

⁶⁹ SPADARO, 2012, p. 24.

⁷⁰ BOMBONATTO, Vera Ivanise; ALTEMEYER JUNIOR, Fernando. Trindade, mistério de comunhão e comunicação. In: ALTEMEYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Teologia e Comunicação: corpo, palavra e interfaces cibernéticas**. São Paulo: Paulinas, 2011. Cap. 7. p. 107..

humano”. Nesse sentido, a transmissão desse ponto central é testemunho de fé que “cada geração transmite às gerações seguintes o que ela própria crê, o que é, o que vive”. Esse processo comunicativo é refletido, por exemplo, pelo testemunho das comunidades eclesiais na realidade.⁷¹

Além disso, outro aspecto profundamente comunicacional do cristianismo é encontrado nas celebrações litúrgicas, principalmente se pensamos nos sacramentos. Para Miranda, especialmente a eucaristia reflete a ação salvífica em nossa realidade e “estas celebrações são, de fato, meios de comunicação para a fé cristã.”⁷²

Em outra perspectiva, Joana Puntel, enxerga no apóstolo Paulo o exemplo de comunicador e de uma comunicação educadora. Para ela, “comunica-se, verdadeiramente, quando se capta o pulsar da vida”, ou seja, quando se dialoga com o que realmente toca a vida das pessoas. Para isso, o apóstolo faz uso de estratégias de comunicação, pois “opta por um processo inculturado e dialógico de comunicação” proporcionando às pessoas que o ouviam, que recebiam suas cartas ou que conviviam com ele, um sentimento de “permanente espírito de acolhida”. Sabemos que a forma tradicional de Paulo se comunicar era a pregação, mas as cartas também o aproximavam ou o mantinham próximo da realidade das comunidades que ele havia fundado. Além disso, ele estabelece um diálogo, elemento essencial na comunicação, a medida em que traduz para a concretude “os princípios fundamentais do evangelho”, assim aproximando a mensagem cristã dos problemas específicos e reais vivenciados pelas comunidades da época.⁷³ Por isso, para Puntel,

A Igreja tem em Paulo um modelo de alguém que, diante de novos olhares e novas fronteiras para a evangelização na cultura midiática, leva em consideração os desafios inerentes aos períodos histórico-culturais do homem contemporâneo e vai ao seu encontro sem abdicar da própria identidade, com a coragem de alguém que vive sua vocação de educador e comunicador.⁷⁴

Aliás, essa característica de comunicação é dialógica e inculturada, a qual o apóstolo Paulo recorre, não é uma novidade. Para Puntel, essa é uma das marcas também da comunicação de Jesus Cristo.⁷⁵ É interessante ressaltar que Bombonato e Altemeyer Junior destacam, do contexto da cultura da comunicação e da busca por modelos, tanto no âmbito da teologia, quanto

⁷¹ MIRANDA, Mario de França. O Cristianismo entre o próximo e o distante no processo comunicativo. In: ALTEMAYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Teologia e Comunicação: corpo, palavra e interfaces cibernéticas**. São Paulo: Paulinas, 2011. Cap. 10. p. 165.

⁷² MIRANDA, 2011, p. 165

⁷³ PUNTEL, 2010, p. 227.

⁷⁴ PUNTEL, 2010, p. 228.

⁷⁵ PUNTEL, 2010, p.233.

da comunicação, que Jesus Cristo foi um comunicador por excelência. Nesse sentido, a autora e o autor defendem que “consequentemente temos que buscar na sua pessoa, nos seus ensinamentos a na sua prática o referencial e o modelo para a nossa comunicação.”⁷⁶

3.3 A COMUNICAÇÃO DE JESUS

O cristianismo, ao ser designado como um evento comunicativo, nos provoca a conhecer e nos aproximarmos da própria comunicação de Jesus. Bombonato e Altemeyer Junior tematizam a comunicação numa perspectiva trinitária e buscam identificar a relação e comunhão comunicacional entre cada uma das pessoas. Porém, é em Jesus Cristo que o autor e a autora compreendem que “todos os elementos que constituem o processo comunicativo” são sintetizados. Nas palavras dos autores, “Ele é, ao mesmo tempo, emissor, código, conteúdo, meio, mensagem e receptor.” Além disso, sua comunicação foi “interpessoal plena e ao mesmo tempo, informativa e provocativa.”⁷⁷ Nessa mesma direção, Kirst afirma que “Jesus Cristo é a Palavra de Deus, a comunicação de Deus por excelência.”⁷⁸

A dinâmica da comunicação de Jesus é muito mais do que palavras, gestos e atitudes, afinal ele é o próprio Verbo encarnado de Deus. Portanto, é “Deus conosco e possibilita uma comunicação autêntica entre Deus e o ser humano, é a garantia perfeita da vontade e do amor divinos em termos humanos”.⁷⁹ É justamente nesse sentido que Moisés Sbardelotto entende a comunicação de Jesus como encarnada. Ele afirma que

Entre os ditos e feitos de Jesus, revela-se um *jeito* de comunicar próprio e específico. Ele vivia uma comunicação “encarnada” no espaço (o “lugar” a partir de onde Ele falava, na mesma cultura dos seus conterrâneos) e no tempo (o “momento” em que Ele falava, na mesma história dos seus contemporâneos), que também iam moldando a sua própria comunicação.⁸⁰

Para Sbardelotto, uma segunda característica da comunicação de Jesus pode ser buscada a partir de um questionamento feito por ele no evangelho de Marcos: “Quem os outros dizem que eu sou? (8.27)”⁸¹ A pergunta demonstra o interesse qualitativo e não quantitativo por parte de Jesus. Nesse sentido, sua comunicação não é “panfletária, para chegar ao máximo de pessoas possível apenas para ‘fazer número’, nem é ‘um dizer solto,’ abstrato e desvinculado da vida

⁷⁶ BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 106.

⁷⁷ BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 113.

⁷⁸ KIRST, Nelson. **Rudimentos de Homilética**. São Leopoldo. Editora Sinodal, 1985. p. 11.

⁷⁹ BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 114.

⁸⁰ SBARDELOTTO, Moisés. **Comunicar a fé**. Por quê? Para quê? Com Quem? Petrópolis. Vozes, 2020. p. 36.

⁸¹ ALMEIDA (NAA). Diferentes traduções, o autor no texto original utiliza o termo “pessoas”.

real das pessoas.” Portanto, a comunicação de Jesus procura refletir a vida do povo, de forma que o mesmo possa refletir esse falar. Ou seja, “só se satisfaz e cumpre o seu papel quando é recebido pelas pessoas e também é ‘dito de novo’ por elas: ou seja, quando gera relação, ‘religação’ (religatio, religio = religião).”⁸²

Podemos destacar a diversidade de métodos didáticos a partir de diferentes ‘gêneros literários’ encontrados em seus “discursos, parábolas, ditos sapienciais, palavras unidas aos fatos”. Sem dúvida, as parábolas contadas por Jesus são extremamente didáticas e foram utilizadas com “maestria e arte”. Muito mais que uma estória ou conto, as parábolas denotam um momento decisivo, experiencial e que dimensionam uma mudança de vida.⁸³

Jesus, além de uma comunicação encarnada e que conversava com a vida real das pessoas, demonstrou o ‘esvaziamento’, pois não se interessava pela fama, sucesso ou imagem. Tudo o que comunicava “era graça e dom que provinham do seu Pai.” Assim o fazia gratuitamente e demonstrava uma comunicação “repleta de sentido, permeada por um fluxo de amor divino transbordante.”⁸⁴ Amor que se reflete na cruz, o “gesto supremo da comunicação de Jesus”⁸⁵ e da misericórdia de Deus. Em relação à crucificação de Jesus e à comunicação, Bombonato e Altemeyer Junior apontam que

Aceitando livremente o martírio, Jesus realiza a mais sublime comunicação de si mesmo à humanidade, uma comunicação que não segue os ditames dos potentes meios de comunicação, preocupados com o sensacionalismo e o espetáculo. A comunicação de Jesus subverte a lógica humana e, por isso, gera perplexidade. Diante dela é impossível permanecer indiferente.⁸⁶

Para Sbardelotto, as características da comunicação de Jesus servem de orientação para a própria comunicação da fé cristã que deve ter um caráter cristocêntrico.⁸⁷ O apóstolo Paulo fez de Jesus Cristo a sua mensagem central, usou as “formas de comunicação do seu tempo com as comunidades” e, além disso, “*criava as estratégias necessárias* para que o Evangelho chegasse” a todas as pessoas. Desse modo, Paulo conseguiu criar um diálogo do Evangelho com as situações concretas, a exemplo do próprio Jesus Cristo.⁸⁸ Nessa mesma direção, Sbardelotto indica que a nossa comunicação tem um centro.

⁸² SBARDELOTTO, 2020, p. 36.

⁸³ BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 115.

⁸⁴ SBARDELOTTO, 2020, p. 41.

⁸⁵ BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 115.

⁸⁶ BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 121.

⁸⁷ SBARDELOTTO, 2020, p. 41.

⁸⁸ PUNTEL, 2011, p. 233.

É o Cristo crucificado e ressuscitado que deve nos iluminar para narrar o mundo da política, da econômica, das artes, do entretenimento, dos esportes, da moda, da gastronomia e assim por diante. Mesmo quando não se esteja falando explicitamente de Jesus, são os valores do Evangelho que devem ser comunicados em tudo aquilo que os comunicadores cristãos escrevem e dizem, e também no modo como o escrevem e o dizem.⁸⁹

É por isso também que pode-se afirmar que “a partir da encarnação do Verbo, a experiência de fé comunicacional acontece no cotidiano: na corporeidade, na fragmentação, no provisório, na ambiguidade.”⁹⁰ Desse modo, podemos compreender que a comunicação da Palavra de Deus deve buscar a mesma lógica, de forma que seja significativa e realmente ouvida e entendida, portanto deve ser refletida para dentro do contexto sociocultural específico. Para Miranda, isso significa que ela deve “se inculturar, já que foi transmitida e expressa em outra cultura”, o que pode significar um obstáculo para a comunicação efetiva.⁹¹

A comunicação de Deus com o ser humano não se esgota na pessoa de Jesus Cristo e nem na sua crucificação. O Espírito Santo é o agente de comunicação e de comunhão que “tem a missão de ensinar e de atualizar a memória de Jesus.” Nem mesmo a diversidade das línguas é um obstáculo para o anúncio do Evangelho às nações, pois o Espírito “realiza a unificação em uma única língua: a do amor, manifestado em Cristo, morto e ressuscitado e que agora caminha ao nosso lado.”⁹²

3.4 A COMUNICAÇÃO NA IGREJA DE JESUS CRISTO: A PREGAÇÃO É SEU MINISTÉRIO

A igreja dá continuidade à missão de Cristo e do Espírito Santo. É no Espírito que a igreja encontra o impulso missionário, por isso o Espírito Santo segue sendo o “agente central da comunicação de Deus com a humanidade.”, mas o conteúdo da mensagem cristã é o próprio Jesus Cristo. É nesse sentido que, se pensamos numa Teologia da Comunicação, consequentemente temos “seu centro na pessoa, vida e mensagem de Jesus de Nazaré, que, ainda na plenitude dos tempos, armou sua tenda entre nós, revelou-nos a Trindade, mistério de comunhão e comunicação e tornou-se modelo da nossa comunicação.”⁹³ A ideia de dar

⁸⁹ SBARDELOTTO, 2020, p. 41.

⁹⁰ BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 114.

⁹¹ MIRANDA, 2011, p. 167.

⁹² BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 128.

⁹³ BOMBONATTO; ALTEMEYER JUNIOR, 2011, p. 128.

continuidade à obra de Cristo é o que define a essência do ministério na perspectiva protestante.⁹⁴ Por isso, é interessante compreendermos a relação entre o ministério da igreja e a comunicação.

Falar na tarefa da igreja é conseqüentemente falar do ministério da igreja. Se não houvesse ministério, não haveria igreja. É nesse sentido que Martin Volkmann aponta que “ministério é um assunto da Teologia Prática, pois é através do ministério que a igreja presta esse serviço ao mundo”, ou seja, são as diferentes formas que a igreja e o seu povo encontram de servir a missão de Deus. Contudo, pensamos no termo ‘ministério da igreja’, que denota esse único e amplo ministério. Se falássemos de ministérios, no plural, estaríamos abordando as diferentes formas de um mesmo ministério.⁹⁵

O ministério que Volkmann menciona é apresentado na Confissão de Augsburgo (CA) como “ministério eclesiástico”⁹⁶, ou em traduções mais recentes como ‘ministério da pregação’.⁹⁷ No artigo V da CA, encontramos a definição de ministério eclesiástico como meio para que alcancemos a fé, através da administração dos sacramentos e do ensino do evangelho.⁹⁸ Segundo Dreher, o ministério eclesiástico, entendido desta forma e com tais funções, é o mesmo que serviço eclesiástico, ou seja, serviço da igreja. Afirma que “*ministerium* e *congregatio*, o exercício deste ministério, a congregação e a edificação da comunidade, através deste serviço, são os elementos essenciais básicos que dão forma à igreja.”⁹⁹, não são grupos de pessoas concorrentes ou situações de competência divergentes, mas apontam para dois elementos importantes.

O primeiro elemento é a *congregatio*, sendo o momento comunitário em que se busca a vivência do Evangelho em Palavra e Sacramento, além de edificar a partir deste. O segundo elemento, *ministerium*, está relacionado com o serviço ao Evangelho, que edifica e congrega por meio da Palavra e dos Sacramentos. “Vive-se do evangelho e, ao mesmo tempo, para o evangelho, representando-o”¹⁰⁰. Por esta razão, falar de igreja, na concepção luterana, é

⁹⁴ VOLKMANN, 2011, p. 84.

⁹⁵ VOLKMANN, 2011, p. 73.

⁹⁶ CONFESSIO AUGUSTANA. **A Confissão de Augsburgo 1530-1980**: Confissão de Fé apresentada ao Invictíssimo Imperador Carlos V, César Augusto, na Dieta de Augsburgo, no ano de 1530. São Leopoldo: Sinodal, 1980, p. 19.

⁹⁷ AUGSBURGO, Confissão de. **A Confissão de Augsburgo**: com notas e comentários. Com notas e comentários. 1530. IECLB. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/textos/a-confissao-de-augsburgo>. Acesso em: 07 abr. 2023.

⁹⁸ CONFESSIO AUGUSTANA, 1980, p. 19.

⁹⁹ DREHER, Martin N. **Igreja, ministério, chamado e ordenação**: estudos a partir de Lutero. São Leopoldo, RS: Sinodal, Porto Alegre, RS Concórdia 2011, p. 30.

¹⁰⁰ DREHER, 2011, p. 30.

consequentemente tratar de igreja como *congregatio* e como *ministerium*, ambas apontam para as funções básicas da vivência comunitária e devem ser tratadas como interdependentes.¹⁰¹ Com isso, a Confissão de Augsburgo, ao mencionar que o ministério “não se refere ao ministério desempenhado por um indivíduo, especialmente vocacionado”, trata do assunto como responsabilidade e missão da própria igreja.¹⁰² Segundo Volkmann “o ministério é da igreja, de todo o povo de Deus. A ela cabe a tarefa de anunciar o evangelho”.¹⁰³

Isso nos leva a uma característica importante da compreensão de ministério na perspectiva luterana, que é o “sacerdócio geral”. Martin Lutero compreende, a partir de 1 Pedro 2.5 e 9, que todas as pessoas possuem um status sacerdotal a partir do Batismo, portanto toda a pessoa possui responsabilidade pela fé. Lutero apresenta um bom exemplo do sacerdócio geral quando afirma em sua “Carta Aberta à Nobreza da Nação Alemã” em 1520,

Se um punhado de piedosos cristãos leigos fossem presos e confinados num deserto, não tivessem entre eles um sacerdote ordenado por bispo, chegassem a um acordo, escolhessem um dentre eles, fosse casado ou não, e lhe confiassem o ofício de batizar, celebrar missa, absolver e pregar, ele verdadeiramente seria um sacerdote, como se todos os bispos e papas o tivessem ordenado. É por isto que, em caso de necessidade, cada um pode batizar e absolver, o que não seria possível se não fôssemos todos sacerdotes.¹⁰⁴

Nas palavras de Volkmann, “isso não significa apenas a responsabilidade do indivíduo pela sua fé pessoal; significa também a incumbência de avaliar a pregação e o ensino de quem é incumbido dessa tarefa”. Desse modo, a Reforma destacou a importância da comunidade em relação ao ministério, pois “a comunidade não é simplesmente servida ou está subordinada aos detentores do ministério, mas participa do ministério.” Contudo, é importante destacar que o sacerdócio geral e o ministério da igreja não excluem a necessidade de pessoas vocacionadas e legitimadas pela comunidade para desempenharem o ministério de forma pública através dos ministérios específicos instituídos pela igreja através da ordenação. Por isso, “o detentor do ministério especial existe em função da comunidade, que é toda ela sacerdotal a partir do Batismo, participando, com os seus dons, do ministério da igreja.”¹⁰⁵

¹⁰¹ DREHER, 2011, p. 31.

¹⁰² DREHER, 2011, p. 32.

¹⁰³ VOLKMANN, 2011, p. 86.

¹⁰⁴ LUTERO, Martinho. À Nobreza Cristã da Nação Alemã, acerca da Melhoria do Estamento Cristão. In: LUTERO, Martinho. **Obras Selecionadas**: o programa da reforma - escritos de 1520. 4. ed. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2016. v. 2. p. 282. Tradução de Martin Dreher.

¹⁰⁵ VOLKMANN, 2011, p. 81 – 84.

3.4.1 A igreja em movimento

Além da definição de ministério, na Confissão de Augsburgo, nos artigos VII e VIII, vamos encontrar o que fundamenta a compreensão da eclesiologia evangélica luterana, ou seja, o que é igreja. Entende-se como igreja “a congregação dos santos na qual o evangelho é pregado de maneira pura e os sacramentos são administrados corretamente.”¹⁰⁶ Porém, não podemos correr o risco de interpretar essa definição de uma forma simplista, por isso vamos recorrer ao que Vitor Westhelle compreende quanto à igreja a partir de Lutero, principalmente da Preleção sobre Gênesis do reformador. Além disso, torna-se importante reforçar a noção teológica de igreja, uma vez que a mesma é seguidamente sobreposta pela concepção de igreja enquanto instituição ou apenas uma organização social. É nesse sentido que afirmam os autores

A concepção de igreja como templo, ou ainda, como instituição social, humana, organizada, que possui seus regulamentos, suas doutrinas e suas práticas, seguidamente se sobrepõe à noção teológica de igreja, construída a partir do seu caráter encarnacional, que a vê como povo que se reúne em comunidade para celebrar e viver a sua fé. Uma comunidade diante da presença do próprio Deus, num tempo em que “Cristo é experimentado como presente” por meio da proclamação da palavra e da celebração dos sacramentos.¹⁰⁷

Lutero interpreta que a árvore do conhecimento do bem e do mal foi colocada por Deus como um espaço de culto ou templo em que Adão poderia se reunir aos sábados. Conforme palavras de Lutero “o templo, o altar e o púlpito de Adão foi a árvore do conhecimento do bem e do mal, na qual prestaria a devida obediência a Deus, reconheceria a Palavra e a vontade de Deus e daria graças a ele e também o invocaria contra a tentação”.¹⁰⁸

Para o reformador, dentro de uma visão tripartite de estamentos sociais existentes na Idade Média, a igreja é o primeiro deles e foi estabelecida por Deus. Os outros dois estamentos são a *economia*, que está relacionada com “a regra do lar, desde a reprodução biológica até a produção dos meios de sustento da vida”, e a *política*, compreendendo a administração do Estado, cortes e associações que a grosso modo “nós chamaríamos de Estado e sociedade civil”. A igreja seria o momento de pausa entre os dois estamentos posteriores, como Westhelle afirma

¹⁰⁶ CONFESSIO AUGUSTANA. **A Confissão de Augsburgo** 1530-1980: Confissão de Fé apresentada ao Invictíssimo Imperador Carlos V, César Augusto, na Dieta de Augsburgo, no ano de 1530. São Leopoldo: Sinodal, 1980, p. 20.

¹⁰⁷ ADAM, Júlio César; REBLIN, Iuri Andréas; SALDANHA, Marcelo Ramos. Igreja em rede e liturgia online, é possível?. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v. 60, n. 2, p. 603, 2020. Disponível em: <http://revistas.est.edu.br/index.php/ET/article/view/59/48>. Acesso em: 30 mar. 2023.

¹⁰⁸ LUTERO, Martinho. Gênesis 1.1-2.25. In: LUTERO, Martinho. **Obras Selecionadas**: volume 12 - interpretação do antigo testamento - textos selecionados da preleção sobre gênesis. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2014. p. 56-166. Tradução Geraldo Korndörfer.

“é onde as pessoas podem se reunir entre o espaço da casa, onde se produz e promove nutrição (*nehre*), e o espaço público da cidade, onde a prática de governo é exercida para a proteção (*wehre*).” Nesse sentido, o autor propõe usar uma nova metáfora para o lugar da igreja, “a locação da igreja é o espaço entre a ‘casa’ e a ‘rua’”.¹⁰⁹

Diante da impossibilidade de utilizar as mesmas referências para enquadrar os estamentos, uma vez que a economia se desvincilhou do domicílio, efeitos do capitalismo, e a política não está mais definida por títulos de nobreza, efeitos da revolução francesa e americana, Westhelle considera que os princípios das mesmas tomaram novas formas, mas há “um princípio operacional no núcleo de cada uma que ainda permanece o mesmo.” Para a igreja, esse princípio é a “palavra audível e visível de Deus endereçada às pessoas humanas em sua *vita passiva* e que evoca a resposta humana”.¹¹⁰ Em meio a economia e a política, o autor entende que

A igreja é essa realidade que está bem nos espaços de entremeio, onde a vida é produzida e reproduzida e o espaço da vida política ou da comunicação humana, da formulação de políticas e de atividades que forma costumes e legislação. Entre esses dois espaços está a igreja, como uma árvore no jardim, entre a casa e o espaço público das ruas e construções, onde a vida civil é vivida, negociada e administrada. Enquanto estamos ativos na *oeconomia* e na *politia*, somos totalmente passivos quando o evento igreja tem lugar.¹¹¹

“O espaço entre os espaços” é onde está a igreja. Ela é, portanto, um espaço híbrido, a medida em que “toma emprestada a sua vida institucional da esfera econômica, e sua legitimação como uma instituição do regime político”. É nesse terceiro espaço, como Westhelle nomeia, que “Deus atua através de nossa pregação, consolação, admoestação”, contudo isso é apenas uma reação diante da promessa de Deus de sua presença nos elementos do sacramento. Como afirma o autor, “falando de modo apropriado, podemos dizer que a igreja acontece quando Deus fala; Lutero chamou-a de *criatura evangelli*, a criatura, não de nosso agir e fazer, mas da boa palavra de Deus, mesmo que ela venha através de nossa boca. A igreja acontece!”¹¹²

Nesse sentido, retornamos à concepção evangélico luterana de igreja que consta na Confissão de Augsburgo de 1530, que aponta para dois sinais externos da igreja: os sacramentos e a pregação da palavra. Segundo Westhelle “Os sacramentos simbolizam a igreja como um

¹⁰⁹ WESTHELLE, Vitor. O sacerdócio de todas as pessoas crentes: martim lutero e a igreja de adão. In: HOFFMANN, Martin; BEROS, Daniel C.; MOONEY, Ruth. **RADICALIZANDO A REFORMA**: outra teologia para outro mundo. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2017. p. 316..

¹¹⁰ WESTHELLE, 2017, p. 317.

¹¹¹ WESTHELLE, 2017, p. 317.

¹¹² WESTHELLE, 2017, p. 318.

lugar de nutrição e sustento, que é a função “casa” da igreja, enquanto que a palavra proclamada aponta para seu carácter público, ou de “rua”, onde anúncios públicos são feitos.” Posteriormente, em 1539, Lutero apresenta sete sinais externos da igreja. Primeiro, parte da definição tradicional da CA e desdobra palavra e sacramento em seis marcas: Palavra, Batismo, Eucaristia, Absolição, Ministério e Culto. Contudo, acrescenta a cruz como sétimo sinal externo, ela que “é a marca da igreja terrena, sua provação enfrentada em fidelidade ao Evangelho que a trouxe a existência.”¹¹³

Por fim, a fundamentação do que é a igreja e de onde ela está, proposta por Westhelle, provoca a pensar este terceiro espaço numa perspectiva de exposição e de abrigo, mas também de um refúgio e deslocamento, que mesmo parecendo opostos, possam ser entendidos como uma forma de complementariedade.¹¹⁴ Pensando desse modo, o autor busca uma imagem de um espaço limiar e de adjacência, ao afirmar que

Essa noção de adjacência que designa o limite do familiar e a exposição aos espaços de fora, infundidos de perigo e promessas, é uma maneira de abordar a realidade da igreja. A igreja encontra sua existência nesse limite entre o que é nosso (nossa linguagem, nossa cultura e nossos valores) e aquilo que é estranho para nós, o mundo estranho lá fora, um mundo de perigos e promessas. Como tal, ela é o espaço de pertença e de trânsito e deslocamento. Adjacência é o limiar e a porteira, através da qual somos enviados para fora, para nos tornar hóspedes de outros, bem como a abertura, pela qual nós hospedamos aquelas pessoas que são estranhas e diferentes de nós.¹¹⁵

Poderíamos, ainda, trabalhar a partir da própria origem da palavra ‘igreja’, do grego ‘*ekklésia*’, “assembleia de pessoas, congregação a Igreja, assembleia de cristãos”, mas particularmente no prefixo ‘*ek*’ “cujo sentido tem a ver com ‘para fora’”, encontrar uma referência de uma igreja para além de si mesma.¹¹⁶ De todo modo, reforçar a noção teológica de igreja é importante, uma vez que a mesma é seguidamente sobreposta pela concepção de igreja enquanto instituição ou apenas uma organização social. É nesse sentido que afirmam os autores

A concepção de igreja como templo, ou ainda, como instituição social, humana, organizada, que possui seus regulamentos, suas doutrinas e suas práticas, seguidamente se sobrepõe à noção teológica de igreja, construída a partir do seu carácter encarnacional, que a vê como povo que se reúne em comunidade para celebrar e viver a sua fé. Uma comunidade diante da presença do próprio Deus, num tempo em

¹¹³ WESTHELLE, 2017, p. 320.

¹¹⁴ WESTHELLE, 2017, p. 320.

¹¹⁵ WESTHELLE, 2017, p. 321.

¹¹⁶ GOMES, 2010, p. 41.

que “Cristo é experimentado como presente” por meio da proclamação da palavra e da celebração dos sacramentos.¹¹⁷

Toda essa fundamentação sobre a localização da igreja e seu ministério é colocada para que possamos compreender a mesma, não como um evento estático e imutável, mas sim como caminho e refúgio entre o conhecido e o desconhecido. Contudo, nesse movimento para fora, como Westhelle menciona, a igreja possui as suas marcas que podem ser resumidas pela CA nos sacramentos e na pregação da Palavra. Anteriormente, apontamos que Miranda menciona o caráter comunicacional dos sacramentos e dos ritos, porém queremos nos deter principalmente ao aspecto da pregação da Palavra que está na essência do ministério da igreja.

3.4.2 O ministério da comunicação

Kirst aponta de forma muito clara a razão pela qual a igreja prega. Para o autor, a existência da igreja está fundamentada em um Deus que fala, portanto, “o Deus que é a razão de ser da Igreja, se comunica, se articula, dá recados, através da sua Palavra”. Mas é através da fé que a comunicação de Deus para conosco se torna possível. Contudo, Deus se comunicou mais claramente através de Jesus, de modo que “Jesus Cristo é tudo o que Deus tem a dizer, e tudo o que Deus tem a dizer se articula em Jesus Cristo.”¹¹⁸ Para o autor, a pregação é o elemento essencial para a relação entre Deus e as pessoas. É nesse sentido que ele aponta a importância da comunidade nesse processo, uma vez que

A Palavra primária, Jesus Cristo, carregava em si a necessidade intrínseca de ser testemunhada, divulgada, disseminada, assim também a palavra das primeiras testemunhas, registrada na Escritura, carrega em si o impulso para frente, para ser multiplicada através da comunidade pela força do Espírito santo, na pregação.¹¹⁹

Então, a grande ênfase na pregação, como aspecto fundamental da própria igreja, exige que entendamos melhor seus desdobramentos. Souza compreende a pregação cristã “como todas as formas pelas quais a igreja participa da missão de Deus”.¹²⁰ Kirst, na mesma direção, aponta algo importante quanto às modalidades da pregação:

¹¹⁷ ADAM, Júlio César; REBLIN, Iuri Andréas; SALDANHA, Marcelo Ramos. Igreja em rede e liturgia online, é possível?. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v. 60, n. 2, p. 603, 2020. Disponível em: <http://revistas.est.edu.br/index.php/ET/article/view/59/48>. Acesso em: 30 mar. 2023.

¹¹⁸ KIRST, 1985, p. 11.

¹¹⁹ KIRST, 1985, p. 12.

¹²⁰ SOUZA, Mauro Batista de. A Nova Homilética na América Latina: os ouvintes como ponto de partida. In: SCHNEIDER-HARPPRECHT, Christoph; ZWETSCH, Roberto E. (org.). **Teologia Prática no contexto da América Latina**. 3. ed. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2011. Cap. 7. p. 130-146.

Encaramos *pregação* como o termo genérico que abrange formas como: a evangelização, a fala missionária, o catecumenato em grupos na comunidade (grupos de jovens, senhoras, homens, casais, escola dominical, estudos bíblicos), os ofícios casuais (batizado, bênção matrimonial, sepultamento), a poimênica, o ensino religioso nas escolas, artigos e comentários na imprensa escrita, programas cristãos no rádio e na TV.”¹²¹

Assim, podemos retornar ao apóstolo Paulo, sua pregação centrada na pessoa de Jesus Cristo foi o cerne de sua atividade missionária. O apóstolo buscou no cotidiano e nas diferentes realidades elementos para comunicar a fé cristã da melhor forma. Puntel destaca isso quando afirma que Paulo “serviu-se dos meios humanos, das invenções humanas para levar-lhes o evangelho”. Por isso, além da pregação, fez uso das cartas como forma de manter contato com as comunidades.¹²² Robert Rosin, reflete sobre o apóstolo Paulo e a comunicação, a partir de um dos trechos de sua carta aos Romanos 10.14: “Como, porém, invocarão aquele em que não creram? E como crerão naquele de quem nada ouviram? E como ouvirão, se não há quem pregue?”¹²³ Rosin afirma que “Paulo não está, aqui, defendendo o seu cargo; está defendendo seu direito, sua responsabilidade de comunicar”.¹²⁴ A partir da mesma passagem de Romanos, Kirst afirma que “é preciso haver quem pregue para que as pessoas ouçam e então creiam, para depois invocar”.¹²⁵ Desse modo, podemos compreender que o ministério da pregação é por essência ministério da comunicação. Por isso, se o ministério da pregação é imprescindível do ponto de vista existencial da igreja, do mesmo modo a comunicação deve ser tratada com o devido zelo. Afinal, faz parte inerente daquilo que é a missão da igreja. Pregação e comunicação estão interconectadas, o ministério da igreja é essencialmente comunicativo ou não atinge seu objetivo primordial.

Contudo, precisamos levar em consideração algo que Gräb chama atenção. “A tradição luterana ainda não leva suficientemente a sério a máxima de Lutero quando ele diz que é necessário *olhar na boca do povo* para encontrar a linguagem adequada”. É nesse sentido que o autor enfatiza a importância dos/as pregadores/as levarem em consideração a religião vivida e como ela se relaciona com a vida das pessoas. Desse modo, tomar conhecimento, a partir da

¹²¹ KIRST, 1985, p. 18.

¹²² PUNTEL, 2011, p. 232 – 233.

¹²³ BÍBLIA. Português. Almeida. 2017. **Bíblia de Estudo da Reforma**. 2. ed. revista e atualizada. Barueri, SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2017, p. 1911.

¹²⁴ ROSIN, Robert. O MEIO MOLDA A MENSAGEM. In: BUSS, Paulo W. (org.). **Lutero e a Comunicação: o uso da mídia na proclamação do evangelho**. Porto Alegre: Concórdia, 2015. p. 35-64.

¹²⁵ KIRST, 1985, p. 12.

“cultura medial contemporânea” é essencial para a pregação. Como afirma o autor, “na literatura, nos filmes do cinema e da televisão, nos blogs da internet descobrimos quais são os temores que dominam as pessoas, quais são suas esperanças, suas expectativas de vida, suas decepções, de onde extraem força, como lidam com crises.”¹²⁶ Embora o autor trate aqui da pregação especificamente enquanto prédica como parte de um contexto de culto e liturgia, podemos estender essa problematização para as demais modalidades de pregação. Além disso, um aspecto essencial é apontado pelo autor, falar a partir daquilo que permeia a vida das pessoas. Se nossa pregação e nossa comunicação buscam referências em Jesus e no apóstolo Paulo, perceberemos como falar a partir do cotidiano é um ponto elementar.

Nessa direção que Brakemeier vai afirmar “quem prega deve conhecer o ‘mundo’ dos ouvintes. Inclui-se nisso as especificidades de gênero, cultura e história, entre outras.”¹²⁷ Embora o autor trate aqui da mesma pregação de Gräb, poderíamos parafraseá-lo dando uma ênfase ampla a pregação e afirmar que a igreja, que tem como tarefa primária a pregação/comunicação do evangelho, deve conhecer o mundo, a cultura, a linguagem e o que mais dá sentido à vida das pessoas. Por isso, é preciso ter em vista pelo menos dois pontos. Primeiro, que “o evangelho pode alojar-se em todas as culturas desenvolvidas pelo ser humano.”¹²⁸ Segundo, que a boa pregação ou comunicação fala “da obra de Deus ‘na linguagem do mundo’, ou seja, na cultura respectiva, na realidade social dos e das ouvintes.”¹²⁹ Assim, precisamos estar cientes de que estamos imersos na cultura midiática e do que significa isso nos mais diferentes âmbitos de nossa existência, conseqüentemente, no próprio ministério da igreja.

Desse modo, é essencial falar e habitar a partir dos meios de comunicação que estão no cotidiano das pessoas. Contudo, essa é uma problemática que exige, primeiro, uma compreensão melhor de como a mídia interfere na sociedade, na cultura e na própria religião. E claro, é preciso partir do que Puntel destaca, “um simples processo de adaptação ou a procura de modalidade atuais de comunicação *não bastam*. É necessário individualizar formas críveis para uma comunicação da fé em um contexto sociocultural, no qual o Evangelho deve se encarnar sem dispersar-se e sem anular-se.”¹³⁰

¹²⁶ GRÄB, Wilhelm. Prédica como uma conversa com o ouvinte sobre a sua vida. **Tear Online**: liturgia em revista, São Leopoldo, v.6, n.2, p. 116-126, 2017. Disponível em: <http://periodicos.est.edu.br/index.php/tear/article/view/3228> Acesso em: 14 abr. 2023.

¹²⁷ BRAKEMEIER, Gottfried. **Sabedorias da fé**: num mundo confuso. São Leopoldo, RS: Sinodal, 2014, p. 105.

¹²⁸ BRAKEMEIER, 2014, p. 101.

¹²⁹ BRAKEMEIER, 2014, p. 108.

¹³⁰ PUNTEL, 2010, p. 173.

É nesse sentido que Adam, Reblin e Saldanha vão destacar que “faz-se necessário não apenas saber usar as tecnologias, mas também entender o funcionamento do próprio meio para poder comunicar de forma mais efetiva e mais próxima”. Por isso, a mídia no contexto da igreja é muito mais que um meio para “mostrar trabalho, ou entreter e ocupar as pessoas.”. Ela possibilita que a igreja faça o essencial de seu ministério, isto é, “comunicar o Evangelho a todas as pessoas como forma de cuidar da vida e ajudar a viver a partir da fé em Jesus Cristo” nos mais diferentes momentos e situações da vida.¹³¹

Diante de uma realidade em que “a internet e as mídias são mais que apenas um meio, são uma nova linguagem, uma rede, uma ambiência” é essencial compreender de que forma ela interfere e permeia o nosso cotidiano.¹³² Este será o objetivo, especificamente, da nossa segunda parte do trabalho, compreender melhor a sociedade midiaticizada, a internet e a interferência nas relações sociais com a própria religião, à medida em que nos deparamos com uma religião midiaticizada.

Um exemplo claro dos impactos midiáticos nas formas clássicas de pregação, e, aqui destaca-se mais uma vez a pregação enquanto parte litúrgica, é apontado por Luiz Carlos Ramos ao referir-se “às expectativas da geração cibernética”. Para o autor, essa geração “se comporta de maneira impaciente com a lentidão no fluxo da informação” e tem dificuldade em concentrar-se durante uma pregação clássica, de modo que facilmente estará ao mesmo tempo em que ela ocorre desviando sua atenção para “dedilhar seus iPods, celulares e tablets, em um processo de interação social que pode ou não ter a ver com o conteúdo da pregação.”¹³³

3.6 A LINGUAGEM TEOLÓGICA VERSUS TECNOLÓGICA

Outro aspecto que pode ser destacado em relação aos impactos do avanço das tecnologias telemáticas e sua incidência na compreensão da fé cristã pode ser encontrado na linguagem. Nesse sentido, é importante destacar a diferença entre ‘línguas’ e ‘linguagem’, Brakemeier afirma que enquanto a linguagem “designa um jeito de falar, língua é sinônimo de idioma”. É, por isso, que temos versões da Bíblia em linguagem de hoje, ou seja, está em português, mas apresenta uma forma atualizada, “do modo como fala o povo brasileiro”.¹³⁴

¹³¹ ADAM; REBLIN; SALDANHA, 2020, p. 601.

¹³² ADAM; REBLIN; SALDANHA, 2021, p. 602.

¹³³ RAMOS, Luiz Carlos. A pregação na idade humana: horizontes homiléticos para a igreja do futuro. **Tear Online**: liturgia em revista, São Leopoldo, v.1, n.2 , p. 40-47, 2012. Disponível em: <http://periodicos.est.edu.br/index.php/tear/article/view/441/457> Acesso em: 15 abr. 2023.

¹³⁴ BRAKEMEIER, 2014, p. 100.

A tecnologia, principalmente a comunicacional, absorveu diversas expressões do campo teológico, como “salvar”, “converter”, “justificar”, mas que possuem sentido específico dentro do contexto informático. Pode parecer algo simples, porém esses conceitos são fundamentais, não para “‘dizer’ a fé”, mas justamente para “pensá-la”.¹³⁵ Para Spadaro, seria interessante entender em que medida essa aplicação dos termos teológicos ao campo informático impacta “a inteligência da fé”. Mesmo que sejam dois campos distintos, a linguagem e “as metáforas modelam nosso modo de imaginar e de compreender a realidade em geral.” Ao mesmo tempo, ele cita que “os teólogos podem ver proveitosamente as evoluções científicas e tecnológicas para entender o que elas são capazes de nos dizer com relação ao nosso mundo e quais metáforas e analogias podem alimentar o pensamento teológico.”¹³⁶

Indo um pouco além, podemos tomar como referência o termo “salvar”. Em sentido teológico está relacionado com o perdão, portanto salvar de uma possível condenação. Já em sentido digital, salvar está relacionado a preservar algo do esquecimento, mas “se um arquivo é salvo, tudo, até mesmo os erros permanecem fixados, não esquecidos.” Isso aponta para outra característica da salvação digital. Na rede, o processo de esquecimento, de apagar um passado e iniciar uma nova vida é praticamente impossível. Sempre ficarão rastros “potencialmente incanceláveis”. Significa que vivemos em uma realidade sem perdão, ou melhor, sem a possibilidade de apagar o passado, portanto, precisamos novos modos de perdão, capazes de ignorar os rastros digitais do passado.¹³⁷

Nessa mesma direção, Aline Amaro da Silva aborda a importância da linguagem na comunicação da fé num contexto de catequese digital e pensada para a geração chamada de “nativos digitais”, ou seja, a geração que nasceu imersa num mundo digitalizado e virtualizado. Ela problematiza o termo salvar, ao questionar

Vocês imaginam o que deve passar pela cabeça de uma criança ou jovem que escuta pela primeira vez, sem explicação prévia, que Jesus salvou a humanidade inteira na cruz? Ao ouvir isso, talvez a primeira imagem que lhe venha à mente é que a cruz seja o nome de um *pen-drive* ou HD superpotente no qual Jesus armazenou toda a humanidade.¹³⁸

De forma semelhante, poderíamos traçar a relação da linguagem com os outros termos como: converter e justificar, ou trazendo um termo das redes sociais, mencionar o

¹³⁵ SPADARO, 2012, p. 32.

¹³⁶ SPADARO, 2012, p. 33 – 34.

¹³⁷ SPADARO, 2012, p. 34.

¹³⁸ SILVA, Aline Amaro da. **Catequese Digital: por onde começar?**. São Paulo: Paulus, 2021, p. 154.

compartilhamento e comunidades. Porém, neste momento, cabe-nos ressaltar essa influência da linguagem tecnológica no próprio fazer teológico e em seu universo simbólico. Neste sentido, Spadaro afirma

É preciso estar consciente de que a cultura do ciberespaço coloca objetivamente, além de qualquer outra consideração, novos desafios para a nossa capacidade de formular e escutar uma *linguagem simbólica pública que fala da possibilidade e dos sinais de transcendência em nossa vida*.¹³⁹

Ao mesmo tempo são muitas possibilidades que emergem com a comunicação digital, de tal modo que Silva compreende que há uma linguagem digital que se universalizou na cibercultura, por isso pessoas distantes e de diferentes países e línguas conseguem se comunicar. Para a autora, são “experiências opostas, de Babel e Pentecostes, da separação à comunhão”.¹⁴⁰

3.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA

O capítulo demonstrou a relação intrínseca entre a teologia cristã e a comunicação. Tudo tem um começo porque Deus é comunicativo e faz uso de diferentes formas para se comunicar com a humanidade. O ápice de sua comunicação se deu em Jesus Cristo, a Palavra viva e encarnada que veio e habitou entre nós, contudo ele não deixa de se comunicar conosco e a cruz não foi o final de uma comunicação. Através do Espírito Santo, Deus continua se comunicando conosco, por meio da sua igreja.

Paulo pregou a palavra através das cartas que enviou às comunidades, por meio do alfabeto, com palavras humanas, com uma invenção humana. Além disso, buscou na cultura da época elementos que pudessem o aproximar dos contextos vivenciados para que a comunicação fosse clara e efetiva. O apóstolo seguiu assim o exemplo do próprio Cristo, que foi um grande comunicador.

A igreja de Jesus Cristo tem como tarefa primordial a pregação da palavra e a administração dos sacramentos. Nos sacramentos temos um exemplo de comunicação que Deus nos legou para que pudéssemos celebrar sua presença entre nós, através da Ceia, e fazer parte de seu povo, através do Batismo. Mas a pregação da palavra se dá de diferentes formas, assim

¹³⁹ SPADARO, 2012, p. 37.

¹⁴⁰ SILVA, 2021, p. 158.

como Deus agiu de diferentes formas ao longo da história, por isso não há uma única maneira de pregar a palavra, ela precisa ser pregada, anunciada e proclamada. Esse é o ministério da igreja, comunicar o Evangelho para além das suas portas e fronteiras. Comunicar o Evangelho onde a vida pulsa e o ser humano habita, significa ser igreja que acontece entre os espaços, isto é, não pode ficar acomodada ao que é cômodo e deve saber a necessidade da exposição ao que lhe é estranho.

Os espaços entre os espaços hoje podem ser muitos, mas queremos pensar neles como a internet, a cultura midiática e suas características próprias, sua linguagem e hipervelocidade, que interferem na vida social, na religião, na cultura e, conseqüentemente, na igreja. Nesse sentido, na continuidade nos propomos a compreender melhor esse fenômeno amplo da comunicação, que é a midiatização, e como ele incide nos diferentes aspectos da vida em sociedade e na religiosidade.

4 A MUDIATIZAÇÃO: UM FENÔMENO A SER EXPLORADO

4.1 INTRODUÇÃO

A proposta desse quarto capítulo é entender como a midiatização impactou e impacta, direta ou indiretamente, na esfera social e cultural. A partir de diferentes pessoas pesquisadoras, serão apontadas algumas mudanças causadas pela midiatização, que posteriormente influenciarão na experiência religiosa. Já num segundo momento, serão destacadas as transformações desencadeadas pela cultura midiática digital, principalmente o surgimento do ciberespaço, da cultura da virtualidade, da cibercultura e das comunidades em rede.

4.2 A SOCIEDADE MUDIATIZADA

A sociedade é marcada pela comunicação generalizada, por isso trazemos a reflexão sobre a relação da sociedade e da mídia. Afinal, segundo Sbardelotto, “no contexto contemporâneo, são inúmeros os agentes sociais conectados que manifestam comunicacionalmente as suas competências sobre diversos âmbitos do social, inclusive o religioso, para além das corporações midiático-industriais.”¹⁴¹ É dentro dessa perspectiva, de virada midiática e de uma sociedade tecnológica e cultural conectada, que tomar a ideia da midiatização como ponto de partida, ou como “chave hermenêutica para a compreensão e interpretação da realidade” revela que a cultura e a sociedade são naturalmente comunicacionais.¹⁴²

O que estamos vivenciando é uma era marcada pela troca de informações e processos em rápida velocidade, além da diversidade dos processos midiáticos, que são o próprio conteúdo deste fenômeno comunicacional. Significa que “as condições de possibilidade de interação humana, de comunicação social e de organização societal passam a ser condicionadas (mas não necessariamente *determinadas*) por lógicas e dinâmicas midiáticas.” Da mesma forma, “as práticas sociais de instituições como a Igreja e da sociedade como um todo”¹⁴³,

¹⁴¹ SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez rede**: religiosidades em reconstrução no ambiente digital. São Paulo, SP: Paulinas, 2017, p. 67.

¹⁴² SBARDELOTTO, 2017, p. 67.

¹⁴³ SBARDELOTTO, 2017, p. 67.

passam a sofrer estes condicionamentos.¹⁴⁴ Entretanto, novamente, o aspecto está no condicionamento, não em determinismo. Aliás, Manuel Castells aponta, em relação aos avanços tecnológicos e aos impactos na sociedade, incluindo os avanços no campo comunicacional, que “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”.¹⁴⁵

Nesse sentido, os processos midiáticos são compreendidos “como práticas comunicacionais da sociedade a partir de técnicas específicas”. Em nosso contexto de hipermediatização, a tecnologia e as técnicas mostram-se fundamentais e colocam-se no centro do debate. A técnica, “no grego *téchne* está associado a *episteme*: ou seja, um *saber (episteme)* concretizado em práticas ou coisas (em um fazer)”, em nosso caso “um *saber-fazer* aplicado as tecnologias.”¹⁴⁶

A influência e o impacto midiático não são algo novo na história humana, contudo a atual velocidade e a oferta de processos se destacam. O próprio Cristianismo foi condicionado historicamente por determinadas tecnologias midiáticas e processos de comunicação. Conforme Puntel, o apóstolo Paulo fez uso de recursos de comunicação, especialmente as cartas, que estavam disponíveis em seu tempo para se comunicar com as comunidades que havia fundado.¹⁴⁷ Na mesma direção, Sbardelotto destaca que desde o Cristianismo primitivo encontraremos “diversos processos comunicacionais que moldaram a sua evolução ao longo da história e das culturas (testemunhos, textos, livros, rituais, imagens, etc)”.¹⁴⁸

Inclusive, o impacto da mídia é um dos aspectos que Thompson considera essenciais na organização social e na mudança do poder simbólico na chamada sociedade moderna. Segundo o autor, além do impacto no papel das instituições religiosas a partir do protestantismo e da mudança “gradual de sistemas de conhecimento e de instrução essencialmente secularizados”, o terceiro ponto fundamental para a organização do poder simbólico “foi a mudança da escrita para a impressão e o conseqüente desenvolvimento das indústrias da mídia.” Ao mesmo tempo que a “indústria gráfica representou o surgimento de novos centros e redes de poder simbólico”,

¹⁴⁴ Moisés Sbardelotto trabalha em suas obras o contexto da Igreja Católica, mesmo assim, suas contribuições são importantes quando analisamos os impactos das mídias também nas igrejas protestantes, no nosso caso, a IECLB;

¹⁴⁵ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 22. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2020, p. 64.

¹⁴⁶ SBARDELOTTO, Moisés. **'E o verbo se fez bit': a comunicação e a experiência religiosas na internet**. Aparecida, SP: Santuário, 2012, p. 73.

¹⁴⁷ PUNTEL, 2010, p. 232.

¹⁴⁸ SBARDELOTTO, 2017, p. 67.

que estavam fora do controle do estado e da Igreja, eles também foram utilizados pelas mesmas para atingir seus interesses.¹⁴⁹

Nesse sentido, o movimento da Reforma, no século XVI, liderado por Martim Lutero, teve na imprensa nascida em Gutenberg uma importante aliada na disseminação de suas ideias.¹⁵⁰ Por isso, em relação à Igreja, Thompson relata que ela foi do incentivo para o desenvolvimento da imprensa, às tentativas de controle sobre a mesma. A Reforma retrata de forma muito clara a dificuldade de controle dos materiais impressos.¹⁵¹

É nessa direção que Sbardelotto aponta para a midiaticização como um “fundamento da própria comunicação humana” e como base para a própria existência de sociedades humanas. É no processo midiático que é possibilitado o contato do passado com o futuro e, conseqüentemente, a compreensão da perspectiva “social e histórica”, seja em continuidades, rupturas ou complementações.¹⁵² Desse modo, “a midiaticização pode ser entendida como um processo cultural historicamente emergente”, mas que evoluiu rapidamente em sociedades industriais e modernas ao final do século XX.¹⁵³ Neste sentido, o autor afirma que

Assim, ao mesmo tempo que é possível perceber uma continuidade dos processos midiáticos ao longo da história, também é preciso reconhecer a sua transformação e mudança a partir do século XX, em aceleração cada vez maior por parte dos avanços tecnológicos e da industrialização recente. Não se trata de um desenvolvimento gradual e linear, mas de uma evolução em processos de mudança históricos heterogêneos e irreversíveis, não tanto mediante uma “seleção natural”, mas sim por meio de uma seleção social em relação a aspectos tecnológicos, simbólicos, culturais.¹⁵⁴

O conceito de midiaticização é utilizado de uma forma mais ampla, à medida que é interpretado como “parte integral do desenvolvimento da sociedade moderna.” Portanto, muito mais do que apenas um conceito que descreve a influência midiática em diferentes âmbitos, como a política, ciência e religião, a midiaticização faz parte do processo de construção da sociedade moderna.¹⁵⁵

¹⁴⁹ THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002, p. 53 - 54.

¹⁵⁰ SBARDELOTTO, 2017, p. 41.

¹⁵¹ THOMPSON, 2002, p. 58.

¹⁵² SBARDELOTTO, 2017, p. 68.

¹⁵³ SBARDELOTTO, 2017, p. 68.

¹⁵⁴ SBARDELOTTO, 2017, p. 69.

¹⁵⁵ HJARVARD, Stig. Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 53 - 91, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929>. Acesso em: 8 mai. 2023. p. 58.

Seguindo a linha das transformações, também novas concepções de usuários, de consumo e de audiências estão em discussão. Os antigos paradigmas da comunicação em massa não contemplam a nova experiência relacional com a mídia. Por exemplo, “os produtores, e consumidores de mídia agora são, muitas vezes, a mesma pessoa; as produções culturais profissionais e amadora não estão distantes”¹⁵⁶, ou seja, como um fenômeno emergente, segue exigindo novas abordagens teóricas. Nesse sentido, Sbardelotto, citando Alves, menciona que “cada vez mais, ‘passamos da era dos meios de massa para a era da massa de meios’, em que se explicita a ‘possibilidade de qualquer pessoa se transformar em mídia, capaz de falar para milhares de pessoas’”¹⁵⁷, portanto as novas abordagens teóricas precisam estar atentas às transformações e às mudanças constantes nos processos midiáticos.¹⁵⁸

Hjarvard, nessa mesma direção, menciona que a partir de novos meios de comunicação, como rádio, televisão e internet, a modernização foi se tornando ainda mais acentuada e foi modificando a própria relação entre emissor e receptor. Se antes a comunicação predispuña a presença física das pessoas, ou seja, face a face, as novas mídias resultaram na “comunicação mediada, onde a relação entre emissor e receptor é alterada em aspectos decisivos.” O autor indica quatro alterações que os meios de comunicação provocam em aspectos da interação e da comunicação humana, segundo o autor, eles estendem, substituem, fusionam e acomodam. O primeiro, diz respeito ao prolongamento da comunicação que se dá tanto no tempo quanto no espaço; em segundo lugar, os meios possibilitam uma comunicação sem exigir o encontro presencial, de certo modo, “*substituem* as atividades sociais que anteriormente ocorriam face a face”; a fusão é percebida nas atividades diárias à medida em que “a comunicação pessoal se combina com a comunicação mediada e os meios de comunicação se infiltram na vida cotidiana”; por fim, a acomodação resulta da necessidade de setores e indivíduos de se adequarem aos meios de comunicação.¹⁵⁹

As plataformas digitais são um exemplo das inovações tecnológicas focadas na comunicação, que estão subordinadas a “um processo sociocultural” que absorve e dá nova finalidade a determinados aparatos tecnológicos, portanto são “invenções socioculturais sobre as tecnologias e para além delas.” Neste sentido, as inovações tecnológicas e as invenções socioculturais interessadas pelo aspecto comunicacional provocam uma “inter-relação” quando “desejos, interesses ou necessidades sociais demandam uma inovação tecnológica, pois as

¹⁵⁶ SBARDELOTTO, 2017, p. 69.

¹⁵⁷ ALVES, 2013, s/p *apud* SBARDELOTTO, 2017, p. 69.

¹⁵⁸ SBARDELOTTO, 2017, p. 69.

¹⁵⁹ HJARVARD, 2014, p. 59.

tecnologias existentes não responderiam a tais desejos, interesses ou necessidades”. A partir dessas inovações, são inventados pela sociedade “novos usos não pensados previamente”, pois ela apropria-se das inovações em suas práticas sociais. O resultado é “um ciclo retroativo de coevolução sociotécnica, marcado por processos tecnológicos desdobrados pela transformação da sociedade, e por processos sociais catalisados pela transformação técnica”.¹⁶⁰ Resultado deste processo, por exemplo, é que agora podemos apontar para o fenômeno de “uma instituição eclesial conectada”.¹⁶¹

Essas inovações tecnológicas, que visam a comunicação, no aspecto de produção, de reprodução ou de recepção das mensagens, são conceituadas no campo comunicacional como os “meios”.¹⁶² Este conceito é fundamental, uma vez que será complementado à noção de mídia. Por isso, nas palavras de Sbardelotto,

poderíamos esquematizar a noção de “meio”, no contexto comunicacional, como as relações entre *tecnologia + ações comunicacionais*. Estas ações podem ser entendidas como as experiências individuais e sociais dos diversos sujeitos com e sobre a tecnologia: ou seja, aquilo que as pessoas efetivamente fazem com os artefatos tecnológicos para a construção de sentido.¹⁶³

Neste sentido, é válido destacar a distinção existente entre as ‘mediações’ e a ‘mídiatização’. Conforme Hjarvard, “a mídiatização não deve ser confundida com o conceito mais amplo de *mediação*.” Enquanto a mídiatização se refere a um processo longo pelos quais instituições sociais e culturais passam, que mudam suas formas de interação devido a influência dos meios de comunicação, a mediação “descreve o ato concreto da comunicação através de um meio em um contexto social específico.” Além disso, segundo o autor, “mediação refere-se à comunicação através de um meio do qual a intervenção pode afetar tanto a mensagem quanto a relação entre emissor e receptor.”¹⁶⁴

A relação entre “meios” e “mídias” é importante na medida em que se procura contemplar todo o fenômeno da mídiatização. A “mídia”, que etimologicamente provém “do latim *media*, plural *médium* (‘meio’)”, é compreendida pelo autor com uma distinção. Para Sbardelotto, enquanto “os diversos meios se relacionam entre si, gerando ‘meios de meios’, que, por sua vez, se inter-relacionam com diversos outros sistemas culturais para a construção de sentido, a interação pessoal e a organização social”, a mídia é entendida como “*uma rede de*

¹⁶⁰ SBARDELOTTO, 2017, p. 70.

¹⁶¹ SBARDELOTTO, 2017, p. 71.

¹⁶² SBARDELOTTO, 2017, p. 71.

¹⁶³ SBARDELOTTO, 2017, p. 71.

¹⁶⁴ HJARVARD, 2014, p. 66

relações entre meios (tecnologia + ações comunicacionais) e práticas socioculturais em um dado contexto". A mídia é mais do que a soma de meios, ela é um "sistema - rede de meios" em sua relação com o ambiente sociocultural."¹⁶⁵ Por isso, mídias como televisão, rádio ou internet, não são sinônimos de televisor, radiotransmissor ou computador. É necessário levar em conta o "meio ambiente" que resulta das relações destes meios com os saberes, com as práticas e com as materialidades, que os definem como mídias. Além disso, no processo de desenvolvimento, "trazem consigo elementos de fases anteriores". Por exemplo, a rede social *Facebook* é uma mídia que seguidamente agrega novas funcionalidades, à medida que as pessoas fazem uso desta, como uma forma de responder às necessidades dos contextos socioculturais.¹⁶⁶

Desse modo, para compreendermos a midiaticização, deve-se levar em conta toda a sua dinâmica. Portanto, suas "ações, interações e retroações das mídias" que desencadeiam novos espaços comunicacionais. Por isso, emerge a necessidade de uma virada midiática na ótica da pessoa pesquisadora, para que seja capaz de compreender as mudanças e transformações socioculturais sofridas, através e por meio das "mídias em sua medialidade".¹⁶⁷ Nessa direção, Hjarvard propõe utilizar o conceito de midiaticização como elemento central de uma teoria que compreende a importância da mídia e das mudanças que a mesma provoca dentro da cultura e da sociedade. Além disso, o autor menciona que "por midiaticização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica." O modo como esse processo se desenvolve possui como característica uma dualidade, a medida em que os meios de comunicação, além de estarem integrados a diferentes processos em instituições sociais, passaram também a possuir um caráter de "instituições sociais *em pleno direito*." Isso significa que a interação social, seja dentro de instituições ou na sociedade em geral, é mediada pelos meios de comunicação e se desenvolve dentro da lógica da mídia.¹⁶⁸

A lógica da mídia corresponde ao "*modus operandi* institucional, estético e tecnológico dos meios, incluindo as maneiras pelas quais eles distribuem recursos materiais e simbólicos e funcionam com a ajuda de regras formais e informais." Nesse sentido, compreender essa lógica que permeia a mídia é determinante para assimilar de que modo a comunicação se torna efetiva em determinados veículos de comunicação. Além disso, "a lógica da mídia também influencia

¹⁶⁵ SBARDELOTTO, 2017, p. 72.

¹⁶⁶ SBARDELOTTO, 2017, p. 73.

¹⁶⁷ SBARDELOTTO, 2017, p. 73.

¹⁶⁸ HJARVARD, 2014, p. 64.

a natureza e a função das relações sociais, bem como os emissores, o conteúdo e os receptores da comunicação.”¹⁶⁹ Ainda nessa direção Hjarvard afirma

Se a midiatização tem consequências positivas ou negativas é algo que não pode ser determinado em termos gerais; é uma questão concreta e analítica que precisa ser abordada em termos de contextos específicos, onde a influência de meios de comunicação específicos sobre certas instituições é avaliada. A questão também requer uma análise dos pontos de partida normativos, se quisermos ser capazes de falar de consequências positivas ou negativas. ¹⁷⁰

O processo de midiatização é “um fenômeno social contemporâneo e um conceito em andamento, não finalizado e em debate que ajuda a explicar esse fenômeno”. Pode ser definido como um metaprocessos comunicacional, semelhante a outros que estão presentes em análises históricas, como a “racionalização, a mercantilização, a individualização, a secularização, a globalização, processos que duram por séculos e que não estão necessariamente confinados a determinada área ou cultura, nem se sabe quando começam ou terminam”.¹⁷¹ Bastos também traz a perspectiva da midiatização como um metaprocessos e afirma que ela “seria um processo de longa duração que inclui a mediação e que é formado pela contínua ação dos *media*.”¹⁷²

Os processos de midiatização podem ser distinguidos de duas formas: direta (forte) e indireta (fraca). Quando uma determinada atividade não-mediada passa para uma forma mediada, ou seja, realiza-se através de um meio, ela é considerada direta. Hjarvard traz como exemplo desse processo direto o jogo de xadrez, que deixa de ser realizado através de um tabuleiro físico e da presença física dos jogadores para ser jogado em um tabuleiro no computador ou outro meio. Nesse processo direto, o jogo e suas regras permanecem os mesmos, contudo abre-se novas possibilidades de jogo a medida em que “pode-se jogar com adversários distantes via internet; pode-se armazenar e consultar partidas anteriores etc.; e essas novas opções gradualmente influenciam a experiência de jogar xadrez bem como o contexto cultural em que a partida é jogada”. Outro exemplo do processo direto, mencionado pelo autor, é o banco *online*.¹⁷³

A midiatização direta torna visível como uma determinada atividade social é substituída, isto é, transformada de uma atividade não-mediada a uma forma mediada

¹⁶⁹ HJARVARD, 2014, p. 65.

¹⁷⁰ HJARVARD, 2014, p. 65.

¹⁷¹ SBARDELOTTO, 2012, p. 73.

¹⁷² BASTOS, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiatização: a perspectiva germânica. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.). **Mediação & midiatização**. Salvador: Edufba, 2012. p. 69.

¹⁷³ HJARVARD, 2014, p. 67.

e, em tais casos, é bastante fácil estabelecer um *antes* e um *depois* e analisar as diferenças. Sempre que os meios de comunicação, a partir disso, passam a funcionar como uma interface necessária para o desempenho de tal atividade social, estamos lidando com uma forma forte de mediação.¹⁷⁴

Já a mediação indireta corresponde aos processos que passam, cada vez mais, a sofrer influência por símbolos ou recursos midiáticos em diferentes aspectos, como a forma, o conteúdo ou a organização. Um exemplo desse processo indireto apresentado por Hjarvard é a experiência encontrada nas lanchonetes de *fast food*, como Burger King ou McDonald's. Nesses ambientes, a experiência não se concentra de forma restrita a alimentação, mas envolve “uma exposição considerável a filmes e animações”, encontrada na possibilidade de colecionar bonecos de determinados personagens, por exemplo. E, por mais que ainda seja possível se alimentar nesses restaurantes, o entretenimento oferecido pelo estabelecimento, permeado por um contexto cultural, é um grande atrativo e está ligado à presença do simbólico presente nos meios de comunicação.¹⁷⁵

A mediação indireta não afeta necessariamente os modos pelos quais as pessoas executam uma determinada atividade. Consequentemente, a mediação indireta de uma atividade ou esfera tem um caráter mais sutil e geral e está relacionada ao aumento geral da dependência por parte das instituições sociais dos recursos de comunicação. Isso não significa afirmar que a mediação indireta é menos importante ou que, visto a partir de uma perspectiva da sociedade, tem menos impacto. A mediação indireta é, no mínimo, tão importante quanto as formas diretas.¹⁷⁶

É importante destacar que, segundo Hjarvard, ambas as formas de mediação podem operar de forma combinada e, portanto, podem dificultar a percepção de qual modelo se trata. Como o autor ressalta, é sempre uma análise frente a determinados contextos que exigem uma distinção, principalmente porque a mídia não só desempenha um papel próprio, mas “alcançou o *status* de instituição independente e fornece os meios pelos quais as demais instituições e atores se comunicam.”¹⁷⁷ Isso significa uma ingerência em diferentes aspectos da vida social, como o autor afirma

Os meios de comunicação influenciam e intervêm na atividade de outras instituições, tais como família, política, religião organizada etc., ao mesmo tempo que também proporcionam um *espaço público* para a sociedade como um todo, isto é, fóruns de comunicação virtuais compartilhados que outras instituições e atores, cada vez mais, utilizam como espaços para sua interação.¹⁷⁸

¹⁷⁴ HJARVARD, 2014, p. 67- 68.

¹⁷⁵ HJARVARD, 2014, p. 67.

¹⁷⁶ HJARVARD, 2014, p. 68.

¹⁷⁷ HJARVARD, 2014, p. 68.

¹⁷⁸ HJARVARD, 2014, p. 68.

Nesse sentido, a comunicação como metaprocesso quer nos auxiliar a compreender as transformações sociais desencadeadas “por meio de processos midiáticos.”¹⁷⁹ E a igreja, como parte desta sociedade, não está imune aos impactos e aos avanços tecnológicos na área comunicacional, ainda mais se analisarmos historicamente que o próprio cristianismo, e também a Reforma, encontram na comunicação uma aliada. Contudo, antes de analisarmos os impactos específicos da experiência religiosa que brota do ciberespaço, cabe-nos delimitar e compreender a mediação na cultura digital.

4.3 DAS MÍDIAS DIGITAIS À REDE, INTERNET OU CIBERESPAÇO

Como um processo em constante evolução e transformação, a mediação sente os impactos da “virada digital”, que se estendem para as práticas comunicacionais.¹⁸⁰ Significa falar de uma mediação digital e de mídias digitais. Também essas “mídias digitais não estão separadas das práticas sociais por ‘fronteiras’ ou ‘portas’”, muito pelo contrário, elas estão imersas numa “ampla maioria dos processos sociais”.¹⁸¹

Charlie Gere destaca que o digital se tornou parte de nossas vidas, contudo, é importante compreender o uso do termo ‘digital’. Tomado como um conceito técnico, ele procura descrever sistemas numéricos e linguísticos que permeiam a tecnologia computacional. Ao mesmo tempo, tecnologia computacional ou tecnologia digital correspondem ao mesmo processo, afinal, os computadores são digitais. Porém, o termo digital não se limita mais apenas a designar uma tecnologia da computação, relacionada a máquinas ou dados numéricos, como afirma Gere “falar do digital é convocar, metonimicamente, toda a panóplia de simulacros virtuais, comunicação instantânea, mídia ubíqua e conectividade global que constitui grande parte de nossa experiência contemporânea”¹⁸²

A relação entre o digital e a mídia é relevante para a pesquisa. Nesse sentido, é válido destacar que a mídia digital é considerada do ponto de análise sugerido por Martino, que distingue as mídias em analógicas e digitais. As mídias analógicas correspondem aquelas que necessitam de uma base material, como por exemplo, um disco de vinil. Já nas mídias digitais, “esse suporte físico praticamente desaparece, e os dados são convertidos sem sequências

¹⁷⁹ SBARDELOTTO, 2012, p. 73.

¹⁸⁰ SBARDELOTTO, 2017, p. 78.

¹⁸¹ SBARDELOTTO, 2012, p. 48.

¹⁸² GERE, Charlie. **Digital Culture**. 2. ed. London: Reaktion Books, 2008, p. 15. (tradução nossa)

numéricas ou de dígitos”, desse modo, na mídia digital, todos os dados, sejam eles sons, imagens, letras ou qualquer outro elemento, são, na verdade, uma sequência de números.”¹⁸³ Foi justamente a possibilidade de compartilhar dados numéricos e o desenvolvimento de processadores interligados à redes de alta velocidade que possibilitaram “o desenvolvimento de uma teia de conexões descentralizadas que veio a se tornar a internet.”¹⁸⁴

Ainda, segundo Martino, é “a partir de 1995, de maneira cada vez mais rápida”, que as mídias digitais e a internet começam a fazer parte do cotidiano. Em um primeiro momento, isso acontece através dos computadores e depois avança através de outros aparelhos e dispositivos, como os *smartphones*.¹⁸⁵

Joana Puntel, ao escrever sobre “os *new media*”, se refere a uma “revolução da comunicação”. Essa é uma forma de caracterizar esse período, marcado por mudanças sociais e culturais, que ocorrem de forma rápida e profunda e são atribuídas ao impacto das novas tecnologias midiáticas. Essas novas tecnologias reestruturam “aspectos de produção, distribuição e recepção da mídia ‘tradicional’”. Nesse sentido, Puntel afirma que “as formas de transmissão a cabo e via satélite, os gravadores de vídeo, as redes de computadores, os editores de texto e as tecnologias digitais foram todos desenvolvidos e marcados nos últimos anos, aumentando a saturação de mídia na vida moderna.”¹⁸⁶

Foi na trajetória de ascensão da internet, na década de 1990, que o “novo sistema eletrônico de comunicações começou a se formar a partir da fusão dos meios de comunicação de massa globalizados e personalizados e da comunicação mediada por computadores.” Entre as características particulares desse novo sistema estava a sua capacidade de integrar diferentes mídias e de ser interativo, disso resulta a “multimídia”. Segundo Puntel, “multimídia é o termo que caracteriza o novo sistema e faz o reino da comunicação eletrônica penetrar todas as esferas da vida, do lar ao trabalho, da escola a hospitais, do entretenimento às viagens”. Muito além de compreender a forma como esse novo sistema se interconecta em forma de nós em rede no âmbito da indústria e de mecanismos técnicos, também é importante buscar “a natureza e importância dos modelos de interação social e técnica que surgiram recentemente, como as tecnologias e serviços digitais de informação e comunicação que estão se tornando cada vez mais onipresentes em nossa vida.”¹⁸⁷

¹⁸³ MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, Rj: Vozes,, 2014, p. 11.

¹⁸⁴ MARTINO, 2014, p. 12.

¹⁸⁵ MARTINO, 2014, p. 13.

¹⁸⁶ PUNTEL, 2012, p. 74.

¹⁸⁷ PUNTEL, 2012, p. 77.

A “internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”.¹⁸⁸ Esta é a razão pela qual Castells, contrapondo um antigo termo de McLuhan, “Galáxia de Gutenberg”, que marcou o período da impressão como potencial midiático, se refere a nova era como a “Galáxia da Internet”¹⁸⁹. Na mesma medida, Martino, ao analisar a obra de McLuhan aponta que “a *galáxia de Gutenberg* desaparece no momento em que os meios eletrônicos reconstróem o mundo a partir de seus *bits, bytes e pixels*.”¹⁹⁰ Além disso, para Castells, presenciamos o surgimento de uma nova sociedade decorrente deste novo meio de relações, a “Sociedade em Rede”.¹⁹¹

Um aspecto importante dessa nova tecnologia midiática é sua qualidade interativa. Diferente da mídia tradicional, com uma comunicação de mão única, a ‘nova mídia’ possibilita uma interatividade. Puntel afirma que essa interatividade e pluralidade quase chegam ao ponto de “questionar as velhas ideias de ‘radiodifusão’ ou de comunicação ‘de massa’. Diante das características de interação e expressão social, a internet torna-se um meio de comunicação complexo, “nem completamente interpessoal, nem um meio de comunicação de massa.” Nesse sentido, Puntel ressalta que “a questão é saber se a Internet vai ser um obstáculo ou um meio de promover a interação, a expressão social e novas formas de identidade; e será que a atividade e a criatividade social *on-line* se traduzem em amizades e relações significativas?”¹⁹²

Porém não é apenas o aspecto comunicacional da internet que está em questão, mas também a sua capacidade de incorporar as demais mídias existentes em um só espaço, por isso, se antes havia a ideia de diversas mídias em diferentes meios, hoje podemos falar de um meio que possibilita o acesso à diferentes mídias. Além de que os meios não se tornam obsoletos, mas são aprimorados. Nesse sentido, Aline Amaro da Silva menciona que

Já se provou que um modelo comunicativo não substitui o outro, cada um tem o seu lugar e importância na vida das pessoas. Quantos profetizaram o fim dos jornais e dos livros impressos, mas eles continuam aí. O rádio também teve de se adaptar e buscar aquilo que lhe era próprio com o surgimento da TV. A internet e as tecnologias digitais móveis trazem uma nova mudança, a convergência das mídias, isto é, encontrar em um único dispositivo todos os tipos de mídias e carregá-los consigo onde você estiver.¹⁹³

¹⁸⁸ CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2003, p.7.

¹⁸⁹ CASTELLS, 2003, p. 7.

¹⁹⁰ MARTINO, 2014, p.196.

¹⁹¹ CASTELLS, 2020, p. 553.

¹⁹² PUNTEL, 2012, p. 74 - 79.

¹⁹³ SILVA, Aline Amaro da. **Catequese Digital: por onde começar?**. São Paulo: Paulus, 2021. 240 p. (Coleção Ecclesia Digitalis), p. 37.

Essa convergência se dá na medida em que o ser humano sente a necessidade de cobrir certas necessidades. Portanto, “a tecnologia digital veio para dar suporte à demanda essencial do ser humano de conhecer, se comunicar e se relacionar”. Afirma-se, portanto, que passamos “da cultura midiática à cultura digital”. Essa cultura digitalizada desencadeou uma “evolução nos nossos hábitos midiáticos”, resultado de uma tecnologia digital que revolucionou “o cenário comunicativo”. Conseqüentemente, também as relações interpessoais foram afetadas, uma vez que a comunicação faz parte da essência humana.¹⁹⁴ Se houve a época da cultura midiática da comunicação em massa decorrente da mídia impressa, rádio ou TV, agora a geração digital comunica-se principalmente através da internet e dos dispositivos que conectam-se a ela, como os “*smartphones, tablets e notebooks*.”¹⁹⁵

Silva aponta que inúmeras expressões como “ciberespaço, rede, internet, *on-line, world wide web, nuvem*”, procuram nomear esse novo espaço, não só de comunicação, mas também de convivência digital. Contudo, há uma importante distinção a fazer em relação às mídias sociais e às redes sociais. Enquanto a primeira corresponde ao “meio que dá suporte, estrutura, ferramentas e técnicas para que as relações aconteçam”, as redes simbolizam “a teia que se forma das relações, interações e comunicações entre as pessoas.”¹⁹⁶

As redes sociais fazem parte daquilo que Sbardelotto aponta como as revoluções recentes no espaço *online*. As transformações sociais e tecnológicas entram em sintonia com o “espírito nômade e o desejo de autonomia pessoal nas sociedades contemporâneas”, refletindo nas relações interpessoais. Além disso, a possibilidade que os dispositivos móveis forneceram ao permitir a conexão ininterrupta, faz com que “a prioridade das dinâmicas da vida pessoal, social e também religiosa”, sejam colocadas no meio digital.”¹⁹⁷

4.4 CIBERCULTURA, COMUNIDADES VIRTUAIS OU REDES SOCIAIS

A internet, justamente por possibilitar, em escala global, a “integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura.”¹⁹⁸ Não só isso, ela permite a “inclusão e abrangência de todas as expressões culturais.”¹⁹⁹ Por isso, Castells menciona o impacto da comunicação na própria cultura, ao

¹⁹⁴ SILVA, 2021, p. 36 - 38

¹⁹⁵ SILVA, 2021, p. 37.

¹⁹⁶ SILVA, 2021, p. 41.

¹⁹⁷ SBARDELOTTO, 2017, p. 80.

¹⁹⁸ CASTELLS, 2020, p. 414.

¹⁹⁹ CASTELLS, 2020, p. 456.

afirmar que “como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas – isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos – são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico.”²⁰⁰ Nesse sentido, dois aspectos se desdobram, primeiro o surgimento de uma Cibercultura, e, segundo, a formação de redes ou comunidades virtuais.

Cibercultura é um conceito trazido por Pierre Lévy para designar a cultura vivenciada e nascida a partir do crescimento exponencial do ciberespaço. Nas palavras do autor “a *cibercultura dá forma a um novo tipo de universal: o universal sem totalidade*”.²⁰¹ Ela representa o “desejo de tecer um laço social, que não seja fundamentado por territórios, instituições ou relações de poder”, mas que seja estimulado pelos interesses em comum, para compartilhar conhecimento e proporcionar novas experiências.²⁰² Para Aline Amaro, a cibercultura “é a prova de que a humanidade anseia formar uma única comunidade mundial.” Além disso, torna possível que pequenas culturas possam ser conhecidas através da internet.²⁰³

De acordo com Miklos, a cibercultura é “um sinônimo para uma sociedade de informação avançada”, relacionada com as tecnologias digitais, como computadores e internet. Além disso, “é uma configuração sociotécnica culturalmente ampla, que abarca parte da vida social. Esse painel acontece na envergadura da pós-modernidade”.²⁰⁴ Dentro de um contexto social líquido, instável e em constante transformação, Baumann traz seu conceito de modernidade líquida.²⁰⁵ Na sociedade líquida tudo é temporário e “as instituições, estilos de vida, crenças e convicções mudam antes que tenham tempo de solidificar”.²⁰⁶ O mesmo acontece com a rede, pois a internet “é móvel, volúvel, volátil, flexível, fluída assim como a sociedade que a engendrou”.²⁰⁷ De toda forma, ela potencializou o surgimento dos mais diferentes formatos comunicacionais e relacionais. Entre eles estão

websites, blogs, fotoblogs, videoblogs, comunicadores instantâneos, comunidades e enciclopédias virtuais. Da comunicação em rede resultaram negócios, transações financeiras, namoros, amizades, casamentos, encontros, reencontros, desencontros, pequenas empresas virtuais, projetos científicos, redes sociais, redes de conhecimento,

²⁰⁰ CASTELLS, 2020, p. 414.

²⁰¹ LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. edição. São Paulo, SP: Editora 34, 2018, p. 122.

²⁰² SILVA, 2021, p. 34.

²⁰³ SILVA, 2021, p. 35.

²⁰⁴ MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos na cibercultura**. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2012, p. 92.

²⁰⁵ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2001. 258 p.

²⁰⁶ MIKLOS, 2012, p. 93.

²⁰⁷ MIKLOS, 2012, p. 112.

ensino a distância, engajamento político. Entre todos os fenômenos relevantes pode-se destacar a criação das comunidades virtuais, focos da nossa pesquisa.²⁰⁸

A procura por interesses em comum no ciberespaço origina as comunidades virtuais. Uma comunidade virtual pode se organizar a partir da afinidade com determinados sistemas de comunicação. A partir disso, as pessoas que integram essa comunidade estão vinculadas por interesses em comum e pelos mesmos problemas: “a geografia, contingente, não é mais um ponto de partida, nem uma coerção.” Por isso, apesar da comunidade “não presente”, ela segue repleta de ligações, sejam paixões, projetos, conflitos ou amizades, mas “ela vive sem lugar de referência estável: em toda a parte onde se encontram seus membros móveis...ou em parte alguma.”²⁰⁹

Neste ponto, Castells se aproxima muito de Lévy ao mencionar as comunidades virtuais e também ao apontar uma cultura da virtualidade real. Para o autor, os “vínculos cibernéticos” oportunizam “vínculos sociais para pessoas que, caso contrário, viveriam suas vidas sociais mais limitadas”.²¹⁰ Em relação à essas comunidades Castells aponta

Assim, no fim das contas, as comunidades virtuais são comunidades reais? Sim e não. São comunidades, porém não são comunidades físicas, e não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação das comunidades físicas. Porém não são “irreais”, funcionam em outro plano da realidade. São redes sociais interpessoais, em sua maioria baseada em laços fracos, diversificadíssimas e especializadíssimas, também capazes de gerar reciprocidade e apoio por intermédio da dinâmica da interação sustentada. [...] não são imitações de outras formas de vida, têm sua própria dinâmica: a Rede é a Rede.²¹¹

Martino também comenta sobre as comunidades virtuais. Em primeiro lugar, ele enfatiza que a reunião em comunidades faz parte da constituição da humanidade que busca reunir-se em torno de interesses comuns. Além disso, destaca que “a raiz da palavra ‘comunidades’ é a mesma de ‘comum’ e de ‘comunicação’, pensada como ‘aquilo que pode ser compartilhado’”. Nesse sentido, o autor afirma que a internet e as mídias digitais possibilitam ao ser humano a interação em comunidades até então desconhecidas. Outro aspecto destacado por Martino é que toda a comunidade virtual tem sua razão de ser na interação humana, mesmo que ela seja mediada por uma tecnologia digital.²¹²

²⁰⁸ MIKLOS, 2012, p. 110.

²⁰⁹ LÉVY, Pierre. **O que é virtual?.** São Paulo: Editora 34, 2011, p.

²¹⁰ CASTELLS, 2020, p. 443.

²¹¹ CASTELLS, 2020, p. 443.

²¹² MARTINO, 2014, p. 45.

Nessa mesma direção estão as redes sociais, elas são agrupamentos na internet que, de acordo com Miklos, são definidas a partir de dois elementos: “atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)”. A rede expressa uma metáfora, retratando a forma como se dão as relações e as conexões entre as diferentes partes envolvidas.²¹³ Nas palavras de Martino, as

redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes. Apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais.²¹⁴

Martino destaca que a história demonstra vários exemplos de organizações sociais que se organizam a partir de um elemento vinculativo. Nas suas palavras “na família ou com os amigos, por exemplo, o vínculo principal é o afeto, enquanto nas religiões um dos laços principais é a fé compartilhada entre os adeptos, e nas empresas vínculos se pautam no desejo comum de sucesso”. A mesma ideia é transportada para o ambiente virtual, contudo nas redes sociais virtuais “os laços tendem a ser menos rígidos”, pois “são formados a partir de interesses, temas e valores compartilhados, mas sem a força das instituições e com uma dinâmica de interação específica.”²¹⁵

Falando do Brasil, em 2011 um levantamento apontou que 90,8% das pessoas que acessavam a internet faziam uso de algum tipo de rede social.²¹⁶ O país já ocupou o primeiro lugar em tempo de navegação a nível mundial (2008)²¹⁷, hoje ocupa a terceira colocação em tempo de uso de aplicativos²¹⁸ e, em 2021, cerca de 81% da população acessou a internet em algum momento.²¹⁹ Estamos entre os primeiros países com mais pessoas usuárias de redes sociais ou aplicativos de mensagens instantâneas. “Em abril de 2008, 78,2% dos usuários

²¹³ MIKLOS, 2012, p. 112.

²¹⁴ MARTINO, 2014, p. 55.

²¹⁵ MARTINO, 2014, p. 55.

²¹⁶ MIKLOS, 2012, p. 113.

²¹⁷ MIKLOS, 2012, p. 115

²¹⁸ JONAS VALENTE (Brasília). Repórter da Agência Brasil. **Brasil é o 3º país em que pessoas passam mais tempo em aplicativos**: o download anual de aplicativos cresceu 45% nos últimos três anos. O download anual de aplicativos cresceu 45% nos últimos três anos. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-01/brasil-e-o-3o-pais-em-que-pessoas-passam-mais-tempo-em-aplicativos>. Acesso em: 16 ago. 2022.

²¹⁹ VICTOR HUGO SILVA (Brasil). G1. **81% da população brasileira acessou a internet em 2021, diz pesquisa**: tv supera computador como meio. TV supera computador como meio. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/06/21/81percent-da-populacao-brasileira-acessou-a-internet-em-2021-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 16 ago. 2021.

residenciais brasileiros acessaram *sites* relacionados à categorias ‘comunidades’”. Para Miklos, isso significa e sinaliza “que por trás da almejada interatividade existe de fato uma busca pela criação e manutenção de vínculos que propiciem um sentimento de pertença”.²²⁰

Duas características básicas das redes sociais são a dinâmica e a flexibilidade. A dinâmica está relacionada com a forma de interação entre os usuários da rede e também com o movimento constante de conexões estabelecidas, ou seja, as pessoas que entram e deixam a rede. Como afirma Martino “cada rede social tem sua própria dinâmica, e isso está ligado de alguma maneira à própria arquitetura da tecnologia sobre a qual é constituída a interação social.” Isso pode ser percebido ao compararmos as listas de *e-mails* de dinâmica lenta com as comunicações instantâneas das redes sociais através de celulares.²²¹ Já a segunda característica, a flexibilidade, tem relação com os vínculos fluidos encontrados nas redes sociais. Diferente de outros agrupamentos humanos que se fundamentam em vínculos duradouros e muitas vezes possuem valores estruturantes que exigem um comprometimento. Porém, nas redes “essa característica dos laços existentes em uma rede – os vínculos criados podem ser transformados a qualquer momento, de acordo com a dinâmica e com a característica dos participantes.”²²²

A questão do vínculo é muito cara para algumas instituições, como a IECLB, quando pensa em sua estratégia comunicacional.²²³ Contudo, mesmo que o termo ‘redes sociais’ possa se referir a uma grande variedade de “agrupamentos sociais *online* dedicados a todo tipo de atividade”, há uma existência de laços quando interesses em comum estão alinhados. Nesse sentido, além de proporcionar um espaço para a troca de informações e de conhecimento através da interação, as redes são capazes de promover o “engajamento em questões políticas, sociais e culturais.” Por isso, é importante apontar para o caráter mobilizador das redes sociais e como isso “as torna um fator relevante para pensar elementos da vida fora da internet.” Essa é uma tendência ainda mais importante “na medida em que as ações nas redes sociais *online* e na vida cotidiana se articulam de maneira cada vez mais próxima”.²²⁴ Como aponta Martino

Afinal, quem participa das redes online são seres humanos ligados às redes do mundo desconectado, e as interferências entre os dois ambientes, até certo ponto, são inevitáveis. Assim como o mundo real é levado para as redes sociais digitais, as discussões online têm o potencial de gerar atitudes e ações no mundo físico.²²⁵

²²⁰ MIKLOS, 2012, p. 115 – 116.

²²¹ MARTINO, 2014, p. 56.

²²² MARTINO, 2014, p. 56.

²²³ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. **Metas missionárias 2019-2024.** Porto Alegre, RS: IECLB, 2019, p. 15.

²²⁴ MARTINO, 2014, p. 58.

²²⁵ MARTINO, 2014, p. 58.

4.5 O VIRTUAL E A VIRTUALIZAÇÃO

Para Muniz Sodré, numa sociedade que se rege pela mediatização as relações tendem a ser virtualizadas.²²⁶ Nesse sentido, é interessante compreender as ideias de virtualidade ou da virtualização, principalmente para evitar a compreensão comumente associada à irrealidade. Para Lévy, a palavra ‘virtual’ possui três sentidos: técnico, ligado à informática; corrente, comumente interpretado como irrealidade; e terceiro, filosófico. “O fascínio pela ‘realidade virtual’ decorre em boa parte da confusão entre esses três sentidos”.²²⁷ Em relação à perspectiva filosófica, o autor compreende como virtual

aquilo que existe apenas em potência e não em ato, o campo de forças e de problemas que tende a resolver-se em uma atualização. O virtual encontra-se antes da concretização efetiva ou formal (a árvore está virtualmente presente no grão). No sentido filosófico, o virtual é obviamente uma dimensão muito importante da realidade. Mas, no uso corrente, a palavra virtual é muitas vezes empregada para significar a irrealidade – enquanto a ‘realidade’ pressupõe uma efetivação material, uma presença tangível. A expressão ‘realidade virtual’ soa então como um oxímoro (figura de linguagem, uma contradição), um passe de mágica misterioso. Em geral, acredita-se que uma coisa deva ser ou real ou virtual, que ela não pode, portanto, possuir as duas qualidades ao mesmo tempo. Contudo, a rigor, em filosofia o virtual não se opõe ao real mas sim ao atual: virtualidade e atualidade são apenas dois modos diferentes da realidade. Se a produção da árvore está na essência do grão, então a virtualidade da árvore é bastante real (sem que seja, ainda, atual).²²⁸

Portanto, o virtual é “toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular.” Neste sentido, Lévy cita como exemplo uma palavra, que é uma entidade virtual. Explicitando ainda mais, utiliza como exemplo o vocábulo “árvore” que está cotidianamente sendo pronunciado em diferentes lugares e em diferentes horas. Justamente, “a enunciação deste elemento lexical” é chamada de “atualização”. Ou seja, a palavra em si não está presa a um determinado lugar ou momento particular, mas é atualizada. Isso significa que o virtual não pode ser fixado a determinado espaço-temporal, mas ainda assim, o “virtual é real. Uma palavra existe de fato. O virtual existe sem estar presente”.²²⁹

A cibercultura está ligada ao virtual, direta e indiretamente. Diretamente está relacionada com a digitalização das informações de forma aproximada pelas virtualizações. Por

²²⁶ SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e mediatização. In: MORAIS, Dênis de (org.). **Sociedade Mediatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 20.

²²⁷ LÉVY, 2018, p. 49.

²²⁸ LÉVY, 2018, p. 49.

²²⁹ LÉVY, 2018, p. 50.

exemplo, “no centro das redes digitais, a informação certamente se encontra fisicamente situada em algum lugar, em determinado suporte, mas ela também está virtualmente presente em cada ponto da rede onde seja pedida”. Já, indiretamente, as “redes digitais interativas favorecem outros movimentos de virtualização que não o da informação propriamente dita.” Neste caso, a virtualização proporciona a comunicação digital, portanto dá sequência ao “movimento da virtualização iniciado há muito tempo pelas técnicas mais antigas, como a escrita, a gravação de som e imagem, o rádio, a televisão e o telefone”.²³⁰

É esse processo de comunicação digital virtual que possibilita falar em comunidades virtuais. Embora as pessoas não compartilhem do mesmo tempo e espaço, continuam representando um agrupamento de pessoas. Como afirma Martino, “são estabelecidas outras relações de tempo e espaço”, portanto, podemos pertencer a uma mesma comunidade, mas sem a proximidade física. Ainda que a forma que ligue as pessoas seja diferente, as comunidades virtuais refletem “desejos, vontades e aspirações, das mais sublimes às mais perversas.”²³¹ Nesse sentido, o autor afirma que

No ciberespaço, em vez de vozes e gestos, a interação acontece a partir de pixels em uma tela e sons eletronicamente compartilhados. Isso não torna a comunicação entre as pessoas menos autêntica se comparada com uma interação face a face. Comunidades virtuais não são melhores ou piores do que os agrupamentos humanos no espaço físico.²³²

Além disso, é válido destacar o papel que essas comunidades virtuais ou redes sociais desempenham na própria construção das identidades individuais, mas também coletivas. Aliás, a própria noção de comunidade mudou. Como afirma Martino em sua obra *Comunicação & Identidade*

“Comunidade” era geralmente constituída por pessoas que convivessem nos limites de um espaço geográfico, compartilhando hábitos, costumes, práticas e tradições. A internet provocou uma alteração sem precedentes nesse conceito. Uma comunidade virtual não reúne mais pessoas com *vários* elementos em comum; ao contrário, as comunidades na internet tendem a se orientar ao redor de um único ponto de afinidade e, dessa maneira, constroem-se relações sociais voltadas para somente um objetivo relacionado com o objeto ou tema de afinidade comum.²³³

²³⁰ LÉVY, 2018, p. 50.

²³¹ MARTINO, 2014, p. 45.

²³² MARTINO, 2014, p. 45.

²³³ MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação & Identidade: quem você pensa que é?**. São Paulo: Paulus, 2012.

4.6 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA

Se na primeira parte do trabalho buscou-se aprofundar a necessidade de uma Teologia Prática que siga o rastro do sagrado na contemporaneidade, bem como o deslocamento do mesmo para a esfera comunicacional, e qual a relação da teologia com a própria comunicação, neste capítulo a intenção foi demonstrar os impactos da comunicação na esfera social, de modo que se pode afirmar que estamos numa sociedade midiaticizada.

A pesquisa demonstrou que a interferência da mídia na sociedade e na cultura não é algo recente e possui exemplos ao longo da história, contudo, as novas tecnologias comunicacionais interferem de forma muito mais veloz e profunda em diferentes aspectos da vida humana. Diante das questões trazidas, percebe-se que a midiaticização da sociedade foi um processo que condicionou diferentes transformações ao longo das eras e seus contextos. Além disso, ela é compreendida como um metaprocessos que continua incidindo na sociedade e na cultura. De modo que se presencia e vivencia uma nova etapa que não está relacionada apenas com o aspecto comunicativo, mas insere um novo contexto, o ciberespaço.

Surgem assim novas formas de pertencimento, de formação de comunidades e de identidades. Essas são as marcas de um novo modelo de comunicação fundamentado na ideia de redes, que além de proporcionar a interação e a troca de conhecimento, também possibilitam a convivência de forma digital. Portanto, novas configurações relacionais desdobram-se nas comunidades virtuais e nas redes sociais. Inclusive, a definição de virtualidade é trazida à tona para enfatizar seu significado real, no que tange às discussões da comunicação virtual.

Além disso, do oceano informacional *online* emerge uma nova concepção de cultura, a cibercultura, em que é possibilitada a universalização das culturas sem intenções totalizantes.²³⁴ “Sendo a religião um fenômeno da cultura”²³⁵, é importante ressaltar os impactos das tecnologias digitais na própria experiência religiosa. Nesse sentido, Miklos aponta que

A cultura contemporânea fortemente marcada pelas tecnologias digitais está transformando radicalmente a sociabilidade humana. As experiências religiosas, evidentemente, não ficaram imunes a tantas mudanças. Atualmente várias pessoas, ligadas ou não a instituições religiosas, lançam mão dos meios de comunicação eletrônicos interativos como mediação para experiências religiosas.²³⁶

²³⁴ LÉVY, 2018, p. 122.

²³⁵ MIKLOS, 2012, p. 118.

²³⁶ MIKLOS, 2012, p. 119.

Por isso, como parte da Teologia Prática, este trabalho toma conhecimento da sociedade midiaticizada e de suas consequências para a cultura e sociedade. Contudo, há o interesse em rastrear a religião nesse contexto. Por isso, em um segundo momento, a proposta é buscar como o ciberespaço e a cibercultura impactam, especificamente, na experiência religiosa. Quais os desafios nascem dessa nova ambiência, tanto para as instituições tradicionais, quanto para as próprias as comunidades eclesiais, uma vez que para Di Felice “as instituições, passaram por processos de digitalização, criando arquiteturas digitais para melhorar o diálogo com seus fiéis e desenvolvendo práticas de proselitismo, permitindo até a realização de rituais *online*”.

5 O CIBERESPAÇO E A RELIGIÃO MUDIATIZADA: ESPAÇO PARA A CIBER-RELIGIÃO E EXPERIÊNCIAS RELIGIOSAS *ONLINE*

5.1 INTRODUÇÃO

Se no capítulo anterior a intenção era apontar para a realidade de uma sociedade midiaticizada, bem como para as mudanças decorridas em diferentes aspectos pela internet na sociedade e na cultura, o presente capítulo visa apresentar como se dá a presença da religião nos meios de comunicação, principalmente na internet. Contudo, a intenção é apontar para a midiaticização da religião, ou seja, de que forma a mídia interfere no campo religioso. Contudo, primeiramente é necessário apontar como o sagrado é encontrado *online*, uma vez que este novo meio vai muito além de uma nova ferramenta de comunicação com o sagrado, ele oportuniza a experiência e em alguns momentos parece ocupar o próprio lugar do sagrado na vida cotidiana.

5.2 A RELIGIÃO MUDIATIZADA

Como destacado anteriormente, a midiaticização enquanto conceito não possui um consenso. Contudo, a partir de algumas definições, é possível estabelecer um sentido que possibilite a aplicação da mesma na perspectiva da religião. Por isso, a midiaticização é entendida “como o conjunto de transformações ocorridas na sociedade contemporânea relacionadas ao desenvolvimento dos meios eletrônicos e virtuais de comunicação.” Nessa direção, o conceito possibilita dar destaque à presença ubíqua das mídias e à capacidade não apenas de transmissora de mensagens, mas de mediação social e de referencial no cotidiano. Além disso, pode ser compreendida como um fenômeno social que vai além do universo midiático e articula-se com as mediações.²³⁷

Martino aponta para o crescimento das pesquisas que tematizam a mídia e a religião devido ao espaço que a temática ocupa no cotidiano. Basta uma pesquisa nos canais de televisão, por exemplo, que encontraremos programas religiosos, bem como, instituições religiosas que “promovem eventos artístico-religiosos claramente inspirados em eventos midiáticos”.²³⁸ Nesse sentido, “pensar a midiaticização da religião a partir das mediações não é examinar o uso dos meios de comunicação por alguma igreja, mas verificar como isso altera tanto as práticas religiosas quanto o âmbito interno das igrejas e dos fiéis.” A pesquisa da

²³⁷ MARTINO, 2012, p. 222.

²³⁸ MARTINO, 2012, p. 219.

midiatização no âmbito da religião torna-se necessária em uma realidade em que várias igrejas e grupos religiosos no Brasil adaptam práticas religiosas ao contexto midiático e “têm nas mídias não apenas um aliado na divulgação de uma mensagem, mas quase sua própria razão de ser.”²³⁹ Ainda, segundo o autor, é importante levar em consideração que a religião se midiatisa dentro de uma sociedade midiatisada, vinculando-se às dinâmicas de mediações presentes socialmente.²⁴⁰

A mídia não incide na religião apenas do ponto de vista da representação ou relatos de certas temáticas religiosas. Há aspectos mais profundos que são impactados, como a própria concepção de autoridade religiosa e das instituições. Por exemplo, a medida em que a mídia dá visibilidade e espaço para debates de práticas consideradas supersticiosas aos olhos de determinada instituição eclesiástica, acaba “desafiando o prestígio cultural da Igreja institucionalizada.”²⁴¹ Por isso, para Hjarvard, os meios de comunicação incidem na religião e podem ser considerados agentes de mudança religiosa. Desse modo, o processo de midiatização se estende e influencia elementos da religião que vão desde a autoridade enquanto instituição, ao seu conteúdo e narrativas até a “fé e as práticas religiosas”.

Tomando como partida a internet e outras mídias digitais, Hjarvard afirma que elas são muito importantes para a disseminação e discussões de questões religiosas, pois proporcionam espaços para que grupos religiosos e pessoas com identidades religiosas próprias possam expressar suas posições e sentimentos religiosos. Isso acontece para além de instituições religiosas tradicionais, como a igreja, e incide na “forma de interação das instituições religiosas com suas comunidades.”²⁴²

Luís Sá Martino menciona algumas tendências de pesquisa no âmbito da religião e da mídia. A primeira tendência corresponde à identificação de elementos religiosos e temáticas religiosas pela mídia laica, isto é, o “discurso religioso pode assumir, nesses casos, representações mais ou menos explícitas conforme o contexto”, assim como o uso de símbolos e temáticas religiosas em clipes e filmes. Uma segunda tendência pesquisa o uso das mídias e da cultura dos meios de comunicação pelas instituições religiosas como forma de transmissão de mensagens, como por exemplo, o uso de música popular. A terceira tendência trabalha como a midiatização e a secularização tomaram o lugar das religiões no ocidente. Nesse terceiro caso, há uma dupla linha investigativa, de um lado os que atribuem à mídia e à secularização da

²³⁹ MARTINO, 2012, p. 220 – 225.

²⁴⁰ MARTINO, 2012, p. 220.

²⁴¹ HJARVARD, 2014, p. 132.

²⁴² HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014, p.130.

sociedade a aproximação da religião de práticas laicas. E, por outro lado, a ideia de que a midiatização da religião denotaria justamente uma reversão da secularização e a busca pela visibilidade.

Contrapondo esse último aspecto de pesquisa mencionado por Martino, Hjarvard defende que a presença de temas religiosos na mídia não significa uma reversão do processo de secularização, é preciso compreender que os efeitos da secularização na sociedade não se traduzem no desaparecimento da religião. O que se pode perceber, segundo Hjarvard, é “uma série de transformações estruturais da religião no mundo moderno, incluindo o declínio da autoridade das instituições religiosas perante a sociedade, paralelamente ao desenvolvimento de formas mais individualizadas de crenças e práticas religiosas.” É dentro dessa perspectiva que o autor compreende a midiatização da religião como parte do processo de secularização da sociedade pós-moderna. Assim, aos meios de comunicação são atribuídas funções sociais que antes eram desempenhadas por instituições religiosas.²⁴³ Ainda nessa direção o autor afirma que

Rituais, cultos, lamentações e celebrações, atividades sociais que costumavam fazer parte da religião institucionalizada, agora são assumidas parcialmente pelos meios de comunicação e transformadas em atividades mais ou menos seculares a serviço de outras finalidades que não aquelas das instituições religiosas. O estudo da interconexão da religião com os meios de comunicação evidencia a presença de tendências a secularização, bem como de ressacralização. (p.131)

Nessa mesma direção, Puntel afirma que o mito, o ritual, as tradições e as rotinas fazem parte da ordem social e da vida cotidiana. Quando se pensa o lugar da mídia, levar em consideração apenas “o ponto de vista do indivíduo e da psicodinâmica” não é suficiente. Puntel indica a necessidade de levar em consideração o coletivo e o social, na perspectiva que contemple o cotidiano, o lado comum da vida que abarque o ritual, os mitos e aquilo que constituem uma vida social.²⁴⁴ Por esta razão, a relação entre a midiatização da religião não está ligada apenas ao processo de uma sociedade midiatizada, mas às transformações que ocorrem no cotidiano, isto é, uma realidade cada vez mais veloz e sustentada pelos meios de informação presentes nos “dispositivos móveis e redes sociais digitais.” É nesse sentido que Martino aponta para esse processo de midiatização da religião também como uma estratégia de vinculação por

²⁴³ HJARVARD, 2014, p. 130.

²⁴⁴ PUNTEL, 2008, p. 67.

parte das instituições religiosas, além da presença e da visibilidade em um espaço social, mesmo que virtual.²⁴⁵

Para Martino “a vivência do religioso como experiência de mediação, via mídiatização, também se adequa às necessidades de seu contexto social e histórico”. Nesse sentido, se vivemos na sociedade líquida fundamentada em fluxos de duração que se orientam pelo trabalho e suas demandas, as instituições religiosas devem ter conhecimento dessa realidade ao transmitirem suas mensagens. Assim, buscando uma resposta ao seu tempo, podem trabalhar “na distribuição de material religioso nas mídias móveis, na criação de espaços no ambiente *online*, com ênfase em sites e redes sociais.” Dessa forma, a instituição busca uma adaptação à tecnologia que permeia a vida cotidiana de seu fiel/receptor/participante.²⁴⁶

Hjarvard faz uso das três metáforas dos meios de comunicação propostas por Joshua Meyrowitz, em que as pesquisas de comunicação mediada concentram-se em: condutores, linguagens ou ambientes. A primeira metáfora tem como foco investigativo o “modo como os veículos de comunicação transportam símbolos e mensagens de emissores para receptores distantes entre si.”²⁴⁷ Dentro dessa abordagem de pesquisa o conteúdo midiático é privilegiado, portanto, interessa saber o tipo da mensagem. Pensando no contexto religioso, os meios atuam distribuindo representações religiosas desde textos sagrados, como as Bíblias, até músicas, através de hinários. Ou seja, produtos midiáticos produzidos dentro de instituições e distribuídos internamente. Segundo o autor, “os meios de comunicação atuam como distribuidores de três modalidades de religião – *mídia religiosa, jornalismo religioso e religião banal*-, as quais diferem entre si pelo conteúdo, pelo controle da comunicação e pela formatação dos assuntos religiosos.”²⁴⁸

A segunda metáfora, que compreende os meios de comunicação, como linguagem, reflete as diferentes maneiras que meios midiáticos “podem formatar as mensagens e construir as relações comunicativas entre emissor, conteúdo e receptor”.²⁴⁹ Nesse sentido, entende-se que o veículo midiático escolhido para comunicar determinada mensagem religiosa, por exemplo, influencia em diferentes aspectos, como a “construção da narrativa, o *status* de realidade e o modo de recepção de determinadas mensagens”, portanto o meio de comunicação molda e ajusta as representações religiosas para dentro de suas especificidades. Segundo

²⁴⁵ MARTINO, 2012, p. 238.

²⁴⁶ MARTINO, 2012, p. 236.

²⁴⁷ HJARVARD, 2014, p.134.

²⁴⁸ HJARVARD, 2014, p. 134 – 135.

²⁴⁹ HJARVARD, p. 135.

Hjarvard, enquanto linguagens, os meios de comunicação “implicam, antes de mais nada, a formatação da religião conforme os *gêneros da cultura popular*”. Isso significa que, à medida em que “o rádio e a televisão tornaram-se mais integrados à cultura popular, as plataformas de comunicação mais novas, como os jogos informatizados, a internet e os dispositivos móveis, colocaram, desde o início, os temas e narrativas da cultura popular no centro de sua atividade.” Assim, se a linguagem da cultura popular dominou os meios de comunicação, a “religião voltou-se mais para o entretenimento e o consumidor, e seu tratamento, de modo geral, tornou-se mais individualizado.”²⁵⁰

Quando os meios de comunicação são tomados como ambientes, então a terceira e última metáfora se apresenta na pesquisa. Nessa perspectiva, o interesse está “no modo como os sistemas e instituições midiáticos facilitam e estruturam a interação e comunicação humanas.” Diante de uma sociedade em que os meios de comunicação estão em todos os setores sociais, constituindo redes onipresentes, percebe-se que foram além de suas funções primárias, de modo que “estruturam os sentimentos de comunidade e pertencimento.” Além disso, “ritualizam as pequenas transições da vida cotidiana, bem como os eventos da sociedade em geral.” É isso que permite afirmar que, se no passado instituições como a família, a escola ou a igreja eram a fonte de informação, de tradição e de uma certa orientação moral, hoje os meios de comunicação assumiram esse papel, à medida em que promovem a informação, a orientação moral e também contam a história da sociedade.²⁵¹

5.3 A SACRALIDADE DIGITAL

A midiatização da religião não indica, portanto, apenas as mudanças das práticas religiosas das instituições, mas força uma reestruturação de significados elementares da religião, “do que é ‘sagrado’, ‘religioso’ e da ‘experiência religiosa’ em uma sociedade em midiatização”, como afirma Sá Martino²⁵² Nessa direção é interessante destacar o conceito de sacralidade digital.

“A internet é o templo de todas as divindades” e Deus “está *online*”, é assim que Carlos Eduardo Souza Aguiar inicia sua obra, na qual procura demonstrar a presença do sagrado na rede. Aguiar utiliza a expressão ‘templo’ para remeter propriamente a um espaço, um novo

²⁵⁰ HJARVARD, 2014, p. 135 -136.

²⁵¹ HJARVARD, 2014, p. 136.

²⁵² MARTINO, 2012, p. 237.

ambiente em que o sagrado se manifesta, portanto, que vai além de apenas um meio de comunicação.²⁵³

Há uma tensão e uma posição divergente quanto a compreensão de experiência religiosa na era digital. De um lado, há quem compreenda que, uma vez mediada por tecnologias humanas e profanas, essas impossibilitariam uma verdadeira aproximação com o sagrado. Por outro lado, há a concepção de que apenas são novas ferramentas comunicativas que possibilitam novos meios de anúncio de determinadas mensagens religiosas. Porém, Aguiar aponta que a era “digital transforma todo um ecossistema midiático no qual elementos humanos, tecnológicos e, por que não, espirituais se inter-relacionam”.²⁵⁴ Por isso, ele fala de uma “Sacralidade digital” que, em suas palavras,

é, pois, a ideia de que ao advento das novas tecnologias inaugura uma relação digital com o sagrado, afinal, defende-se, fundamentalmente, que há entre o homem e o sagrado uma relação comunicativa, que colabora para o tipo de experiência sacra que se terá. Portanto, à medida que o suporte comunicativo dessa relação se transforma, se percebe uma mudança no modo de experimentar o sagrado, afinal, partimos do pressuposto de que tecnologias comunicativas não são meros instrumentos e sim, que há uma relação íntima e simbiótica entre o paradigma tecnológico e comunicativo de uma dada época e as transformações sociais, inclusive no âmbito da religiosidade.²⁵⁵

Nesse sentido, Aguiar defende que a relação entre o sagrado e o ser humano “é sempre mediada por tecnologias”.²⁵⁶ Das primeiras comunidades primitivas até às sociedades em rede, todas estão permeadas pela midiaticização, “pois, consideramos mesmo a oralidade, ou mais especificamente a voz, como uma mídia, e se é assim, nem a oralidade, enquanto processo comunicativo midiático, escapa da artificialidade”.²⁵⁷ Nesta perspectiva, voz e linguagem são exemplos de mídias, portanto “todas as expressões religiosas são midiáticas, reflexo de formas midiaticizadas do sagrado, seja a partir da voz e do corpo, ou contemporaneamente, a partir de dispositivos móveis digitais.”²⁵⁸

Na mesma direção, Hjarvard indica que pensando “de uma perspectiva histórica, os meios de comunicação sempre foram importantes para a prática e difusão da religião, assim como, muitas vezes, tiveram relevante influência sobre seu desenvolvimento as transformações do ambiente midiático.”²⁵⁹ Contudo, segundo Aguiar, as tecnologias digitais e as tecnologias

²⁵³ AGUIAR, 2014, p. 7.

²⁵⁴ AGUIAR, 2014, p. 7.

²⁵⁵ AGUIAR, 2014, p. 8.

²⁵⁶ AGUIAR, 2014, p. 8 – 9.

²⁵⁷ AGUIAR, 2014, p. 17.

²⁵⁸ AGUIAR, 2014, p. 17.

²⁵⁹ HJARVARD, 2014, p. 138 -139.

comunicativas contemporâneas são muito mais do que um meio ou instrumento, são um mundo próprio. Dentro de tal constatação é que o autor atribui as consequências desse novo ambiente no campo religioso a uma profundidade comparada às transformações decorrentes da “emergência da escrita, dos tipos móveis ou da eletricidade.”²⁶⁰

O grande diferencial é que no passado os meios de comunicação de massa eram colocados a serviço das instituições sociais, de modo que os livros ou revistas estavam sob controle de instituições religiosas e científicas e pela sociedade cultural, assim como jornais eram veículos de informação de determinados partidos ou movimentos políticos. Contudo, segundo Hjarvard, “ao final do século XX, verificamos que a maior parte dos meios de comunicação aos poucos vai perdendo a relação íntima que mantinha com determinadas instituições sociais, organizações e partidos, tornando-se, eles próprios, *instituições independentes* da sociedade.” A consequência é que a lógica que rege os meios de comunicação é privada e mercadológica. Ainda que outras instituições sejam representadas na mídia, sempre estão de certo modo ligadas a um interesse próprio do veículo de comunicação. Dessa relação surgem, por exemplo, os filmes que misturam a temática religiosa com outros gêneros, como Indiana Jones em *Os caçadores da arca perdida*. Por fim, Hjarvard aponta que “os meios de comunicação, mais que simplesmente transmitir as mensagens das instituições religiosas, tornam-se importantes produtores de diversas fantasias religiosas.”²⁶¹

Na concepção de sacralidade digital, não é apenas a religião que está nas redes, mas o próprio sagrado, afinal “as experiências do sagrado não são necessariamente relacionadas às expressões religiosas, o sagrado pode sobreviver, mesmo reviver, fora do religioso”.²⁶² Na mesma direção, Sbardelotto aponta que o “verbo se fez bit”, portanto digitalizou-se e está no ciberespaço.²⁶³ Por isso, muito mais do que ferramentas ou um meio para comunicação religiosa, essa configuração exige uma nova perspectiva teórica que leve em consideração todas as implicações deste novo meio. Essa abordagem parte de algo anteriormente citado, a percepção de que as tecnologias comunicacionais podem condicionar tanto a cultura, como a sociedade.²⁶⁴ Nesse sentido, McLuhan, em sua obra sobre os meios de comunicação como

²⁶⁰ AGUIAR, 2014, p. 87.

²⁶¹ HJARVARD, 2014, p. 153.

²⁶² AGUIAR, 2014, p. 14.

²⁶³ SBARDELOTTO, 2012, p. 133.

²⁶⁴ AGUIAR, 2014, p. 18.

extensão do ser humano, traz a teoria do ‘meio’ para ajudar-nos a compreender a complexidade das mídias.²⁶⁵ Em suas palavras:

Numa cultura como a nossa, há muito acostumada a dividir e estilhaçar todas as coisas como meio de controlá-las, não deixa, às vezes, de ser um tanto chocante lembrar que, para efeitos práticos e operacionais, o meio é a mensagem. Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio — ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos — constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos.²⁶⁶

A partir da máxima de que “o meio é a mensagem” entende-se que “a própria tecnologia em que a comunicação se estabelece determina o próprio conteúdo comunicado”. Já, quando relacionado às transformações sociais, significa reconhecer uma influência maior das mídias do que do conteúdo das mensagens propriamente dito.²⁶⁷ Nesse sentido, Sbardelotto, ao comentar sobre McLuhan, aponta que “são as lógicas midiáticas que perpassam as práticas sociais como um todo”. Além disso, o mesmo impacta nas noções espaço-temporais, quando estabelece “uma nova experiência espaço-temporal-material que condiciona (mas não necessariamente determina) a Igreja e as suas práticas religiosas.”²⁶⁸

A importância do meio, e de compreendê-lo como a mensagem, tem relação com a própria análise da experiência que ele proporciona, por exemplo, “se o próprio meio é a mensagem (McLuhan), então a religião tem de ser observada sob a perspectiva dos novos meios, e estes, por sua vez, devem ser investigados segundo sua relevância religiosa”.²⁶⁹ Além disso, é preciso levar em consideração que se existe a presença de religião na internet, ela “não é neutra e as mídias digitais não são meros instrumentos das religiões, podemos concluir que há uma nova vivência da religiosidade nas redes digitais”.²⁷⁰ É nesse sentido que é necessário compreender como acontecem e são possibilitadas as experiências religiosas oportunizadas e decorrentes deste espaço *online*, por isso, em um primeiro momento, é importante diferenciar o modo operante da religião na rede.

5.4 CIBER-RELIGIÃO: A SAGRADA MÍDIA

²⁶⁵ MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**/ Marshall McLuhan ; tradução de Decio Pignatari. 3. ed. São Paulo, SP: Cultrix, 1971, p. 21.

²⁶⁶ MCLUHAN, 1971, p. 21.

²⁶⁷ AGUIAR, 2014, p. 19.

²⁶⁸ SBARDELOTTO, 2012, p. 48.

²⁶⁹ ESTERBAUER, 2001, p. 131 *apud* AGUIAR, 2014, p. 24.

²⁷⁰ AGUIAR, 2014, p. 100.

Jorge Miklos aborda a temática da Ciber-religião a partir do endeuçamento da tecnologia e das mídias, uma vez que estas incorporaram atributos divinos como a onipotência, a onipresença e a onisciência. Para o autor, “a mídia e seus formatos tornaram-se os novos deuses da humanidade”, pois ao mesmo tempo em que as religiões tradicionais buscam assimilar “estratégias midiáticas em busca da manutenção de seu *status quo*, meios de comunicação eletrônicos interativos, também abarcam valores religiosos apresentando a tecnologia como religião”.²⁷¹ Essa é uma dinâmica de via dupla, que nas palavras do autor ocorre quando “acontece a apropriação do sagrado pela mídia e a apropriação da mídia pelo sagrado. No *cyberespace*, o sagrado é a própria mídia”.²⁷²

Esse processo de sacralização da mídia seria consequência de um processo de dessacralização do mundo. Além disso, a apropriação, tanto pela religião de aspectos midiáticos, como pela mídia de traços religiosos, demonstra a busca pela readequação frente às demandas de transformações socioculturais. Como exemplo, Miklos cita que “os meios de comunicação eletrônicos (rádio, televisão, computador) ocuparam o lugar dos altares nos lares contemporâneos”. Frente a isso “a busca da experiência da transcendência e do divino se desloca para as novas formas de consumo dos produtos veiculados pela *web*, especialmente religiosos”. Desse modo, se é no ciberespaço e no contexto da cibercultura que a religião encontra chão, então fala-se de uma ciber-religião.²⁷³

É justamente nessa direção que Hjarvard, ao pensar os meios de comunicação como ambientes, afirma que “pode-se dizer que os meios de comunicação localizam-se no *centro* das pessoas, ou entre as pessoas, e que estas, por intermédio deles, compartilham experiências que passam a ser de conhecimento comum.” Além disso, os meios de comunicação possuem uma função que está além da transmissão de informações, vinculada a “sua capacidade de criar e manter comunidades” e, com isso, regular as relações e sentimentos de pertencimento das pessoas dentro de uma sociedade. Portanto, há uma função cultural à medida em que promove as possibilidades de contato.²⁷⁴

Na mesma direção, Puntel aponta que se pode tomar os meios de comunicação de massa como expressões rituais que “proporcionam experiências essencialmente comunitárias ou coletivas, que vão muito além daquilo que a pesquisa estuda como efeitos mensuráveis do comportamento individual”. A autora chama atenção para o caráter comunitário dos meios de

²⁷¹ MIKLOS 2012, p. 87.

²⁷² AGUIAR, 2014, p. 89.

²⁷³ AGUIAR, 2014, p. 90 – 91.

²⁷⁴ HJARVARD, 2014, p. 154.

comunicação, pois envolve toda uma comunidade criadora de cultura e nomeia alguns como: “produtores, investidores, escritores, atores, públicos, criadores etc.”²⁷⁵

Outro elemento que Puntel menciona é o rito. A partir da ótica de Mircea Eliade, a autora descreve que o mito é “algo que oferece os pólos sagrados de nossa identidade, que nos separam da existência meramente profana e sem sentido”. Para a autora, os meios de comunicação de massa, além do caráter comunitário, possuem a capacidade de proporcionar experiências ‘limiars’. Por isso, se a mídia oportuniza o envolvimento emocional e de transição limiar, ela aproxima-se daquilo que é encontrado “nos rituais míticos tradicionais”.²⁷⁶

Nesse sentido, há nos meios de comunicação uma função de realizar rituais coletivos devido a sua capacidade integradora. Nas palavras de Hjarvard, “as emissoras de rádio e TV cumprem um papel vital na ritualização de importantes eventos de transição social, como os funerais de presidentes, a celebração de festas nacionais, a coroação de um novo monarca, etc.” É a transmissão desses acontecimentos que possibilita a participação de toda uma comunidade, além do estímulo a um sentimento de vinculação emocional.²⁷⁷

Contudo, há um aspecto mais profundo da presença dos meios de comunicação em nosso dia a dia, relacionado aos hábitos e rituais humanos. À medida que as diferentes formas midiáticas inserem-se na rotina diária do ser humano, percebe-se que seu uso demarca as transições maiores e menores do dia a dia. Por exemplo, “o som matinal do rádio e a leitura do jornal à mesa do café da manhã podem indicar o início do dia, da mesma forma que a última olhada no Facebook ou no *e-mail* à noite, antes de dormir, pode ritualizar o fim do dia.” De modo que, se no passado eram as instituições religiosas que demarcavam e forneciam a orientação temporal, através dos sinos das igrejas ou das orações matinais e vespertinas, “hoje são os meios de comunicação que sinalizam esses pontos nodais no fluxo temporal da vida cotidiana.”²⁷⁸ Ao lado do aspecto ritualístico está a questão da adoração. Se antes a adoração a símbolos, divindades ou santos era de monopólio exclusivo das instituições religiosas, agora os “meios de comunicação frequentemente promovem comportamentos de adoração”. A indústria midiática que circunda a televisão, o cinema e a música procura, nas palavras de Hjarvard, “desenvolver fenômenos de culto, fã-clubes e a idolatria como elementos essenciais de seus esforços de *marketing*.”²⁷⁹

²⁷⁵ PUNTEL, 2008, p. 70

²⁷⁶ PUNTEL, 2008, p. 71.

²⁷⁷ HJARVARD, 2014, p. 155.

²⁷⁸ HJARVARD, 2014, p. 156.

²⁷⁹ HJARVARD, 2014, p. 156.

5.5 RELIGION ONLINE E ONLINE RELIGION: DAS INSTITUIÇÕES À RELIGIÃO BANAL

Sbardelotto, diferente de Miklos, utiliza os termos “*religion online*” e “*online religion*” para abordar a presença da religião no ciberespaço. A intenção é demonstrar duas formas distintas de uso e de presença religiosa na rede. Segundo o autor, “há uma diferença de nível entre a religião *na internet* e a religião *pela internet*”. Para elucidar melhor essa diferença, parte-se dos conceitos de “*religion online*” e “*online religion*”. A religião *online* corresponde à utilização da internet como meio de acesso às informações religiosas, sendo assim do tipo informacional, e corresponde à religião *na internet*. Já o segundo conceito, que corresponde a religião *pela internet*, *online religião*, “é a ‘participação em uma atividade’ religiosa na internet”.²⁸⁰

Aguiar também menciona os dois conceitos e destaca que *religion online* representa a presença institucional religiosa através de sites, por exemplo. Além disso, nesse conceito estão inseridos também “os sites comerciais que disponibilizam a venda de artigos religiosos, como livros e produtos, etc.” Para Aguiar, este modo de presença online é característico de “organizações religiosas hierárquicas que controlam unilateralmente as informações que disponibilizam.”²⁸¹

Nesse sentido, o conceito de *religion online* abarca o que Hjarvard classifica como *mídia religiosa*. Esta corresponde às organizações e práticas midiáticas que possuem, de forma nítida, um controle e execução por pessoas religiosas ou instituições. Dentro desse grupo, estão inseridas as práticas comunicacionais através de grandes veículos de massa, de redes sociais e dos diferentes dispositivos. Por exemplo, os sites institucionais e as redes sociais institucionais ou de pessoas religiosas.²⁸²

Os conceitos *religion online* e *online religion*, por mais que expressem duas formas distintas da presença e do uso da rede pela religião, coexistem *online*. Enquanto o primeiro serve como um “convite ao fiel para *participar* da dimensão religiosa do mundo por meio da internet”, o segundo interessa-se em como as pessoas “vivenciam, praticam e experienciam sua fé”.²⁸³ Na mesma direção, segundo Aguiar, a *online religion* corresponde às práticas de “oração e meditação online, mapa astral online, conselho espiritual por chats, jogos de runas, leitura

²⁸⁰ SBARDELOTTO, 2012, p. 57 - 58.

²⁸¹ AGUIAR, 2014, p. 100 – 101.

²⁸² HJARVARD, 2014, p. 138.

²⁸³ SBARDELOTTO, 2012, p. 58.

online de tarô, enfim, toda a sorte de atividade que exigem a intensa interação entre atores do campo religioso e circuitos informativo.” Para o autor, a presença da *online religion* é mais provável “em sites não oficiais ou de novos movimentos religiosos”.²⁸⁴

Nessa mesma direção, Hjarvard entende que os estudos de religião devem levar em consideração as experiências religiosas que são mantidas paralelamente às instituições religiosas, uma vez que a “fé individual e o imaginário religioso coletivo” criam e mantêm experiências próprias e representações que podem ser distintas daquelas institucionalizadas. Essas experiências paralelas ou à margem das instituições são denominadas pelo autor como “*representações religiosas banais*.”²⁸⁵ Elas consistem, por exemplo em

figuras normalmente associadas à religião folclórica, como *trolls*, vampiros e gatos negros que cruzam as ruas; itens retirados da religião institucionalizada, como cruzeiros, orações e capelos; e representações que não comportam necessariamente conotações religiosas, como rostos virados para cima, trovões e relâmpagos e músicas dotadas de forte caráter emotivo.²⁸⁶

Em relação a essa denominação e às representações banais é importante destacar pelo menos dois pontos. Primeiro, pensando na trajetória histórica das religiões, não é impossível supor que “essas representações religiosas banais tenham fornecido o primeiro estoque de imaginações religiosas e que continuam a informar uma espécie primitiva, e em certa medida espontânea, de imaginação religiosa”. Assim, à medida em que as religiões foram se institucionalizando, certos elementos banais foram deixados de lado por atores religiosos e ganharam status de superstição, enquanto outros, por exemplo, foram reelaborados e incluídos como parte das Escrituras. Em segundo lugar, a classificação como ‘banal’ não deve ser compreendida no sentido de irrelevante ou secundário, mas sim de que se trata de aspectos “básicos e fundamentais para a produção de emoções e pensamentos religiosos. São banais no sentido de que seus significados religiosos podem passar despercebidos e ser evocados independentemente de textos ou instituições religiosas maiores.”²⁸⁷

Ao mesmo tempo, a experiência religiosa *online* pode se dar exclusivamente *online*, como também “pode estar *conectada ao mundo offline*”. Ela é exclusiva quando há, por exemplo, apenas uma oração que pode ser acompanhada pela tela. No segundo caso, a oração traz pedidos, intercessões provenientes do mundo *offline*, mas que são trazidos em oração por

²⁸⁴ AGUIAR, 2014, p. 101.

²⁸⁵ HJARVARD, 2014, p. 149.

²⁸⁶ HJARVARD, 2014, p. 149.

²⁸⁷ HJARVARD, 2014, p. 149 – 150.

alguma comunidade ou grupos através da rede.²⁸⁸ Esse modelo foi muito explorado na pandemia, em virtude da imersão de diferentes confissões religiosas para o espaço *online*, devido a necessidade do distanciamento social, inclusive por aquelas instituições que até então eram extremamente acanhadas virtualmente. Assim, se Sbardelotto aponta que no ambiente católico “missas e demais ritos gravados e transmitidos via web”²⁸⁹ ocorriam há mais tempo, em outros contextos, foi a pandemia a grande propulsora da presença *online*.

5.6 MUDIATIZACÃO RELIGIOSA ONLINE: ENTRE PROCESSOS COMUNICACIONAIS E EXPERIÊNCIAS

5.6.1 Processos comunicacionais

A religião, ao submeter-se a novas e complexas modalidades comunicacionais, gera “modalidades mais complexas de religião e religiosidade”. Por isso que, frente às novas estruturas de comunicação social, as igrejas sentem a necessidade de “modificar suas próprias estruturas comunicacionais e sistemas internos e externos de significação do ‘sagrado’”. Muito além de apenas adaptar-se, há a necessidade de “apropriação, negociação e reconstrução”. Essa é, segundo Sbardelotto, umas das “facetas da midiatização”, pois além de informar, “o meio de comunicacional passa também a gerar, mediante processo sociais, uma ambiência social de experiência e de prática da fé.”²⁹⁰

Para Mircea Eliade, a experiência religiosa é pressuposta de “uma vivência no tempo e no espaço”, que não são homogêneos e contínuos, demarcando assim uma dupla experiência de espaço-tempo: profana e sagrada. “O que funda a experiência religiosa é a manifestação da hierofania no espaço-tempo, o que configura a clivagem do espaço-tempo sagrado e profano”.²⁹¹ Contudo, no processo de digitalização, a mídia e a religião, enquanto meio, são marcadas por uma “ruptura de escala espaço-temporal e por uma descontextualização e

²⁸⁸ SBARDELOTTO, 2012, p. 58.

²⁸⁹ SBARDELOTTO, 2012, p. 58.

²⁹⁰ SBARDELOTTO, 2016, p. 98.

²⁹¹ ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano**: a essência das religiões. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1992. 180 p. Disponível em: <https://gepai.yolasite.com/resources/O%20Sagrado%20E%20O%20Profano%20-%20Mircea%20Eliade.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2022.; **Hierofania** é o termo proposto por Mircea Eliade para indicar o ato de manifestação do sagrado. Em suas palavras “*A partir da mais elementar hierofania – por exemplo, a manifestação do sagrado num objeto qualquer, urna pedra ou uma árvore – e até a hierofania suprema, que é, para um cristão, a encarnação de Deus em Jesus Cristo, não existe solução de continuidade. Encontramo-nos diante do mesmo ato misterioso: a manifestação de algo “de ordem diferente” – de uma realidade que não pertence ao nosso mundo – em objetos que fazem parte integrante do nosso mundo “natural”, “profano”.*” - ELIADE, 1992, p. 13.

recombinação de sentidos”.²⁹² Essa mesma ideia da religião como meio é indicada por Martino, ao comentar sobre as linhas de pesquisa da relação entre religião e mídia. Para o autor, uma quarta linha de pesquisa trabalha com a facilidade de relação que brota do encontro entre mídia e religião. Nesse sentido, um argumento que resulta dessa abordagem é que “a própria característica da religião como *médium* e, ao mesmo tempo, como instância de mediação, isto é, como parte, em si, de um processo comunicacional” facilita a relação.²⁹³

Como indica Sbardelotto, fala-se da mídia e da religião enquanto meios, pois ambas “são modalidades de *medium*, ou seja, instâncias de mediação social e parte de um processo comunicacional”. Por isso, o autor menciona que “a distinção entre religião e mídia não pode assumir a conotação de separação entre ‘sagrado’ (religião como algo duro, rarefeito, transcendente) e ‘profano’ (mídia como algo duro, racional, desencantado)”.²⁹⁴ Bem pelo contrário, em uma sociedade marcada pela midiaticização, o processo de experiência acontece justamente “no âmbito das mídias”. Assim, tomamos como base a noção de experiência religiosa como “*a religião/relação/interação* entre o indivíduo e o sagrado.”²⁹⁵

Nessa direção, a religião possui uma característica própria de sua fenomenologia, através de elementos triviais do cotidiano atribui simbolismo que transcende o sentido cotidiano. Além disso, possui uma dimensão midiática natural, o que potencializa sua relação com os meios de comunicação. Uma apropriação que permite conceber a religião como mídia, isto é, as relações são facilitadas graças a essa dupla característica do fenômeno religioso, “como meio e mensagem ao mesmo tempo, relação igualmente sujeita às transformações da história”.²⁹⁶

Partindo da condição mediadora, a religião é “um verdadeiro processo comunicacional”, que oportuniza a relação do ser humano “com algo que o transcende”. Nesse sentido, entende-se que as religiões são “como *sistemas comunicacionais de relações simbólicas em torno do ‘sagrado’* e as mídias como *sistemas comunicacionais de relações entre meios e práticas socioculturais*”.²⁹⁷

²⁹² SBARDELOTTO, 2017, p. 101.

²⁹³ MARTINO, 2012, p. 227.

²⁹⁴ SBARDELOTTO, 2017, p. 99.

²⁹⁵ SBARDELOTTO, 2012, p. 112.

²⁹⁶ MARTINO, 2012, p. 228.

²⁹⁷ SBARDELOTTO, 2017, p. 99 – 100.

5.6.2 A experiência

Hoje, “as pessoas usam a internet em continuidade com suas vidas *off-line*, ou mesmo ampliando-as” e praticamente tudo que se faz no mundo ‘real’ diário pode ser feito *online*, mesmo que de forma diferente. O mesmo se dá com a experiência religiosa, que se desloca para o ambiente da rede. Nesse sentido, se fala de uma nova diáspora em que as religiões tradicionais se movem para este novo ambiente.²⁹⁸ Esse movimento do ser humano em direção às mídias eletrônicas modifica seu “sensorium”, “ou seja, as interações entre som, olfato, visão, tato e até imaginação, por meio das quais experimentamos a vida e o sagrado”. Por isso, surge a necessidade, por parte das religiões, de “desenvolver novos rituais e mediações teológicas”.²⁹⁹ Nessa direção, é que Martino afirma:

As tecnologias de informação, apropriadas pelas instituições religiosas, podem modificar a prática da religião, diluindo-a nas demandas de uma sociedade em fluxo, tornando-as difusas e ambivalentes. É possível citar, como exemplo, os inúmeros aplicativos (*apps*) disponíveis para *smartphones*, que oferecem desde versões *on-line* da Bíblia, dotadas de recursos como busca de palavras-chave e troca de comentários entre leitores, até sermões e orações para *download* que, incorporados nas especificidades do cotidiano de cada fiel, ouvidos ou proferidos conforme a disposição e engajamento individual.³⁰⁰

Um exemplo de mudança na perspectiva experiencial religiosa, citado por Sbardelotto, está na “substituição do ato de dar as mãos entre corpos reais e em tempo real por palavras digitadas ou imagens e sons gerados por computador”. Essa alteração impacta na vivência da fé, mas não apenas na forma como ela se dá. Segundo o autor, “em sentido mcluhaniano, uma mudança de conteúdo: técnica e humano, aqui, coevoluem de forma midiaticizada, gerando novos predicados sócio-humanos”³⁰¹

Do ponto de vista das experiências religiosas no âmbito católico, “as novas modalidades de religiosidade possibilitadas pela internet *umentam* ou *complementam* as experiências *off-line* de interação entre fiel/Igreja/Deus.”³⁰² Os rituais também passam por um processo de radicalização do *sensorium*, afinal a experiência *online* permite a substituição de determinados elementos como cálice, pão e vinho por “simulações textuais, imagéticas e audiovisuais.” Desse modo, assim como a existência de velas virtuais e pedidos de oração, também o “ritual não

²⁹⁸ SBARDELOTTO, 2012, p. 57.

²⁹⁹ SBARDELOTTO, 2012, p. 57.

³⁰⁰ MARTINO, 2012, p. 236- 237.

³⁰¹ SBARDELOTTO, 2012, p. 60.

³⁰² SBARDELOTTO, 2012, p. 60.

requer a presença física dos elementos para ser efetivo”.³⁰³ Contudo, é importante ressaltar que o interesse não é substituir as práticas tradicionais de fé, mas indicar a existência de novas formas de percepção, de expressão e de práticas de vivência religiosa e da fé.³⁰⁴ Nesse sentido, não está em questão se as experiências religiosas proporcionadas no ciberespaço são “válidas” ou incompletas, “mas sim que a experiência religiosa pode ocorrer sempre em qualquer situação.”³⁰⁵

5.7 A FÉ ENTRE NOVOS PROCESSOS COMUNICACIONAIS E NOVAS EXPERIÊNCIAS

Todo esse processo de mediação religiosa digital, que encontra no ciberespaço o local para seu desenvolvimento, está permeado por algumas características que impactam, posteriormente, na própria experiência religiosa e que são de comum acordo entre diferentes autores, ainda que cada qual com sua abordagem. No caso de Aguiar as consequências são: a desterritorialização, a multiplicação das visões religiosas e a crise de autoridade. De forma semelhante, essas características são apresentadas por Sbardelotto, sendo elas: “a *sintetização*; a *ubiquização*; a *autonomização*; e a *conectivização*”.³⁰⁶ De acordo com o autor, esses processos

estão mais diretamente relacionados com o fenômeno religioso contemporâneo, em que o “religioso” se digitaliza e se torna fonte de reconstrução simbólica (*sintetização*); disponibilizando-se em toda parte e a qualquer momento (*ubiquização*); promovendo uma “tomada da palavra” dos interagentes na constituição de suas práticas em relação a esquemas de ação historicamente consolidados (*autonomização*); que agora também se dão mediante a conexões sociodigitais difusas e abrangentes voltadas à interação e à comunicação (*conectivização*).³⁰⁷

5.7.1 Sintetização

O primeiro processo comunicacional no âmbito da mediação digital *online* é a sintetização. Este é o processo da digitalização, em que toda a informação é convertida e dividida “em pequenas partes e quantificada em códigos informáticos sob a forma binária” (*bits e pixels*). Tudo isso é fundamental para o fluxo informacional, para o acesso, para o

³⁰³ SBARDELOTTO, 2012, p. 61.

³⁰⁴ SBARDELOTTO, 2012, p. 327.

³⁰⁵ SBARDELOTTO, 2012, p. 111.

³⁰⁶ SBARDELOTTO, 2017, p. 80.

³⁰⁷ SBARDELOTTO, 2017, p. 81.

reagrupamento das informações e para a amplificação “por qualquer pessoa ou sistema digital” e favorece a criação de bancos de dados. De acordo com Sbardelotto “quase a totalidade dos elementos culturais” podem ser convertidos em dígitos e passar pelo processo de construção simbólica. “Portanto, para além da ‘mensagem’, o ‘meio’ também se digitaliza – todo o processo de construção de sentido, passando pelos artefatos tecnológicos, até as práticas sociais e religiosas”.³⁰⁸

A informação, quando digitalizada, passa por dois processos: a *descontextualização* e *recombinação*. É a descontextualização que “permite a recombinação simbólica (com outros dados) e social (com outros indivíduos)” do texto e combiná-lo com outros segmentos. “A informação convertida em *bits* e *pixels*” encontra-se disponível em toda a parte, sendo difícil de proteger e controlar. A sintetização possibilita “a recombinação dos mais diversos processos de percepção e expressão socioculturais e religiosas em um mesmo ambiente digital” sob a única condição de adaptar-se à lógica digital.³⁰⁹

O que marca a contemporaneidade é a sincronização de quase todas as mídias inventadas, seja “oral, escrita, impressa, de massas, das mídias e digital”. Elas não superam umas às outras, mas se complementam e se complexificam na medida em que passam de uma a outra. O mesmo ocorre com o fenômeno religioso que “passa a estar fortemente embebido pelas mídias, que tencionam e ressituaam o religioso e são por ele tensionadas e ressituaadas”.³¹⁰

Esse primeiro processo impacta significativamente no campo da experiência, uma vez que a internet é mais do que apenas um depósito de informações ou um espaço, é como uma nova ambiência em que as pessoas interagem com o banco de dados encontrado *online*. Por isso, ao navegar, buscar e visualizar os dados por meio da rede, também é possível se deparar com o sagrado que se fez *bit*. Nesse sentido, Sbardelotto menciona a possibilidade de as pessoas ‘manipularem’, ‘montarem’ e ‘sintetizarem’ Deus e o sagrado “em qualquer lugar e em qualquer hora”. O autor questiona ainda “que reviravolta está ocorrendo na tradicional noção de religião, tão enraizada no tempo e no espaço”.³¹¹

Se do ponto de vista católico Sabardelotto traz como exemplo a possibilidade de assistir uma missa que ocorreu um dia anterior no conforto do sofá de casa e como isso também impacta nos moldes tradicionais da religião,³¹² hoje também podemos perguntar o mesmo para outros

³⁰⁸ SBARDELOTTO, 2017, p. 81.

³⁰⁹ SBARDELOTTO, 2017, p. 82.

³¹⁰ SBARDELOTTO, 2012, p. 134.

³¹¹ SBARDELOTTO, 2012, p. 138.

³¹² SBARDELOTTO, 2012, p. 138.

contextos. Um exemplo está na própria Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil que, frente à pandemia, trabalhou com mais propriedade sua presença nas redes. Hoje, além de mensagens diárias, disponibiliza cultos semanais aos domingos em uma conhecida plataforma de vídeos. De todo modo, é certo que

a partir das lógicas e das estratégicas de vínculos digitais, nascem, portanto, novos hábitos sociais, que demarcam uma nova cultura e ambiência, da velocidade e das redes, que passa a embeber também o fenômeno religioso por meio dos processos da midiaticização.³¹³

5.7.2 Ubiquização

Uma boa frase para compreender o impacto desse processo comunicacional na própria esfera religiosa é trazida por Miklos ao citar Sodré: “Antes da midiaticização da sociedade só Deus tinha o poder imediato, global e instantâneo.”³¹⁴ A sociedade midiaticizada digital constrói suas noções espaço-temporais perante as ações de comunicação em rede, desencadeando “uma nova experiência de existência”. A *ubiquização* “do latim *ubique*, ‘em/por tudo’ retrata essa nova possibilidade de uma existência e conexão das redes digitais, “em que a pessoa e seu universo simbólico estão *em toda parte ao mesmo tempo*”.³¹⁵ Para Hjarvard, a “internet multiplicou as possibilidades a esse respeito; tendo acesso à *web*, uma pessoa pode manter as janelas abertas para diversas interações: trabalho, transações bancárias, compras, comunicação *on-line* com a família e amigos etc.”³¹⁶

Com a conexão digital surge uma nova experiência de tempo e espaço, ou poderíamos falar de um “mundo híbrido”, o que não significa falar de “‘mundo virtual’ ou ‘substitutivo’ do mundo ‘real’”, mas “torna-se ‘*always in*’ e ‘*always on*’, isto é, independentemente do espaço-tempo dos demais interagentes, é uma experiência compartilhada sempre ‘aqui’ e sempre ‘agora’”.³¹⁷ Como afirma Hjarvard, “em contraste com a comunicação face a face, os meios de comunicação podem estender a interação no tempo e no espaço: os meios de comunicação permitem a comunicação instantânea com pessoas em qualquer lugar do mundo.”³¹⁸

³¹³ SBARDELOTTO, 2012, p. 139.

³¹⁴ SODRÉ, Muniz apud MIKLOS, Jorge, CIBER-RELIGIÃO: o sacrifício do corpo na cibercultura. In: BORNHAUSEN, Diogo Andrade; MIKLOS, Jorge; SILVA, Maurício Ribeiro da. **CISC 20 ANOS: comunicação, cultura e mídia**. São José do Rio Preto, Sp: Bluecom, 2012. p. 57-73.

³¹⁵ SBARDELOTTO, 2017, p. 82.

³¹⁶ HJARVARD, Stig. Mediatization: theorising the media as agents of social and cultural change. **Matrizes**, [S.L.], v. 5, n. 2, p. 53, 13 jun. 2012. Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA). <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>., p. 79.

³¹⁷ SBARDELOTTO, 2017, p. 83.

³¹⁸ HJARVARD, 2012, p. 78.

Miklos, ao se referir às novas reconfigurações de tempo e espaço, faz referência a um termo forjado por Paul Virilio para contemplar o ‘global’ e o ‘local’. É o neologismo “Glocal”, que faz menção aos termos, porém sem reduzi-los. Esse fenômeno traz uma marca da cibercultura e é percebido em relação ao ciberespaço “na conversação *on-line* com alteridades virtuais, na exploração de dispositivos automatizados na *web*”.³¹⁹ Embora a intenção do autor seja apontar para a capacidade da rede em absorver características próprias do sagrado, e neste caso a onipresença, ele também destaca que “pessoas buscam na *web* desfrutar do seu momento de fé em qualquer lugar onde estejam manipulando um computador, livre das dificuldades e também das vantagens de estarem num templo ou de conseguirem isolar-se num cômodo silencioso de sua casa.”³²⁰

No âmbito sociocultural, as mudanças decorrentes desse processo na configuração espaço-temporal situam-se no campo da “fragmentação, desterritorialização, aceleração, expansão”. Significa falar do nascimento de “culturas que não estão ligadas à memória territorial”, portanto sem ligação geográfica específica, mas capazes de gerar novas formas de identificação.³²¹ Em relação à experiência religiosa, isso significa nas palavras de Sbardelotto que

o universo do sagrado passa a estar ubiquamente presente em cada lugar, em cada instante, por meio da internet, subvertendo uma experiência religiosa do sagrado de uma duração “pelos séculos dos séculos” e de uma extensão geográfica das grandes peregrinações. Assim como o sagrado se faz bit, o espaço-tempo de sua experiência também se reduz ao infinitamente pequeno – mas ganha sentido e se amplia novamente a partir das interações sociais, que ocorrem, cada vez mais, mediante conexões entre fiéis e comunidades.³²²

5.7.3 Autonomização

O processo da *autonomização* refere-se à possibilidade, trazida pela internet, de dar voz a qualquer pessoa, sem que haja alguma barreira de controle. Pela facilidade de uso e de acessibilidade, ela tornou-se um espaço de autonomia que dá o direito à “palavra pública”. Significa apontar para um contexto de informações descentralizado, ou seja, que não está mais

³¹⁹ MIKLOS, 2012, p. 82.

³²⁰ MIKLOS, 2012, p. 85.

³²¹ SBARDELOTTO, 2012, p. 141.

³²² SBARDELOTTO, 2012, p. 141.

nas mãos de uma estrutura que monopolizava a disseminação das informações.³²³ Nessa direção, Aguiar vai identificar esse processo como a “multiplicação das vozes religiosas”.³²⁴

Essa problemática é trazida de forma semelhante por Hjarvard. ao comparar os meios de comunicação com um cavalo de Troia, pois, à medida que são absorvidos e incorporados pela instituição religiosa, acabam por desafiar a autoridade institucional. Outra consequência mencionada pelo autor é a pluralização das vozes religiosas, que resulta em práticas comunicacionais mais individualizadas e interconectadas.³²⁵

Além da possibilidade de promoção do discurso midiático, há também uma alteração na concepção de “receptores” da mensagem. O ambiente digital possibilita que os antigos receptores tornem-se também “construtores de discursos, ocupando lugares antes só detidos pelos técnicos, em sentido comunicacional”.³²⁶

Não há mais apenas uma direção na comunicação, como um movimento da “grande mídia para a massa”, mas uma grande variedade de “agentes autônomos que negociam o seu caminho mediante espaços culturais diversos”. Contudo, isso não significa uma independência, pois o espaço *online* é ocupado por outras pessoas, nesse sentido podem haver *interações e interdependências*.³²⁷

Muito semelhante está o conceito de “reforma digital” apontado por Drescher. Se o principal movimento da Reforma Protestante, em 1517, liderado por Martin Lutero, aproveitou o nascimento da imprensa como forma de potencializar e espalhar rapidamente as 95 teses do reformador, hoje a autora aponta para as igrejas deparando-se com uma “verdadeira ‘Reforma digital’”. Por isso, “se a reforma histórica envolveu o complexo de eventos ocorridos a partir da publicação das teses de Lutero, hoje teríamos um número incalculável de ‘teses’ sobre a fé e o ‘sagrado’”.³²⁸ Puntel e Sbardelotto afirmam que

Nos mais diversos âmbitos da internet, em plataformas sociodigitais e redes sociais digitais, portanto, a sociedade em geral também pode *falar publicamente* sobre o sagrado, retrabalhando, ressignificando, ressemantizando a experiência, a identidade, o imaginário, as crenças, as práticas, a doutrina, a tradição religiosa e sua teologia, atualizando-os a novos interagentes sociais e a públicos ainda maiores, em uma trama complexa de sentidos.³²⁹

³²³ SBARDELOTTO, 2017, p. 84.

³²⁴ AGUIAR, 2014, p. 106.

³²⁵ HJARVARD, 2014, p. 140.

³²⁶ SBARDELOTTO, 2017, p. 84.

³²⁷ SBARDELOTTO, 2017, p. 85.

³²⁸ SBARDELOTTO, 2017, p. 41.

³²⁹ PUNTEL, Joana Teresinha; SBARDELOTTO, Moisés. Da Reforma histórica à: desafios teológicos contemporâneos. *Estudos Teológicos*, [S.L.], v. 57, n. 2, p. 350 – 364, 29 dez. 2017. Faculdades EST. <http://dx.doi.org/10.22351/et.v57i2.3114>. p. 358.

Além disso, se uma das preocupações de Lutero estava na participação mais efetiva das pessoas na vida da igreja e que elas pudessem ler e conhecer a Bíblia diariamente, hoje “na ‘Reforma digital’ as pessoas encontram meios comunicacionais para exercer publicamente esse papel, mediante a autonomização em novos modos de ‘acesso, participação, cocriatividade e autoridade distribuída’.”³³⁰

Enquanto a Reforma Protestante nasceu na esfera religiosa e transformou o cenário sociocultural, agora é “uma revolução sócio-cultural que está desencadeando uma revolução religiosa”. Isso ocorre de forma dispersa “a partir da ubiquidade dos processos” e também da própria “autonomia dos sujeitos (em que cada pessoa, potencialmente, pode promover uma ‘minireforma’ de alcance mundial), em suas ações e práticas comunicacionais”.³³¹ Essa característica, de reforma que brota do aspecto comunicacional, também é apontada por Fiegenbaum, quanto trata do que ele denomina “Reforma Protestante do século XXI”. Segundo o autor

A reforma protestante do Século XXI é silenciosa, nasce na sociedade, modifica crenças, estabelece outros modos de visibilidade e reorganiza vínculos dentro e fora da igreja. A reforma protestante do Século XXI não é teológica, é midiática. É midiática porque as condições pelas quais as igrejas se inserem no mundo e realizam sua missão na sociedade mudaram nos últimos 500 anos. Mas, mudaram ainda mais radialmente de uns 20 anos pra cá, por conta dos processos de midiáticação, que têm se tornado cada vez mais referência para as interações sociais de toda ordem, inclusive no que se refere às questões últimas e ao transcendente.³³²

5.7.4 Conectivização

Ao mesmo tempo em que as tecnologias digitais, aliadas à internet, possibilitam uma maior autonomia no âmbito individual, também resultam na conectividade entre múltiplos pontos de interesse. Sendo assim, surgem, das individualizações, as redes de grande alcance. Conforme Sbardelotto, “a *conectivização* é o processo de expansão do alcance e do aprofundamento da abrangência das relações comunicacionais entre meios sociotécnicos e práticas socioculturais de construção de sentido e de interação.” Por isso, além do processo

³³⁰ SBARDELOTTO, 2017, p. 43.

³³¹ SBARDELOTTO, 2017, p. 43.

³³² FIEGENBAUM, Ricardo Zimmerman. **MIDIATIZAÇÃO: a reforma protestante do século XXI?** Igrejas, dispositivos midiáticos e sistema de valor, de visibilidade e de vínculo entre regulações e resistências. 2010. 262 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale dos Sinos - Unisinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2540>. Acesso em: 22 ago. 2022. p. 222.

possuir um caráter técnico-social, também é simbólico, uma vez que o desenvolvimento tecnológico permitiu o crescimento acelerado das conexões e a formação de redes “interconectadas e integradas, gerando uma ambiência comunicacional crescentemente complexa”.³³³

O impacto das mídias digitais leva as pessoas à uma exposição constante, principalmente do ponto de vista relacional. O que antes estava reservado a uma concepção de “sociabilidades privadas”, agora sustenta-se como uma nova forma de comunicação e interação através do novo meio de conexão. Decorre deste processo “um novo modelo de saber baseado na força das conexões comunicacionais”, isto é, o processo acelerado da rede potencializa também a troca de saberes e assim da produção de conhecimento.³³⁴

Contudo, todo esse processo de troca de conhecimento precisa ser analisado enquanto “rede”. Significa que não falamos de uma estrutura hierárquica baseada em modelos como edifício ou pirâmide, a rede estrutura-se sem um ponto único de fundação, mas é dispersa de forma que cada parte nasce da inter-relação com outra. Isso significa uma mudança na própria ideia de essencialidade, afinal, retirando ou acrescentando algum ponto ou nó, “a estrutura da rede se auto-organiza”.³³⁵

Para o campo da experiência religiosa e das próprias instituições eclesiais, isso significa “novas compreensões da construção do religioso”. Nesse sentido, estruturas hierarquizadas passam a defrontar-se com um espaço propriamente horizontal, por isso Sbardelotto afasta-se de conceitos como igreja digital ou virtual e nos fala de igreja *online* (em linha). Em sua compreensão, “estamos agora em uma Igreja *digital*, que busca digitalizar o sagrado, torná-lo informação computacional, disponibilizando-o em rede, *online*.”³³⁶ Essa horizontalidade e a própria presença *online*, nos remetem a outra consequência que brota da midiatização da religião, a publicização.

A midiatização, em suma, catalisa a publicização da religião, que não pode mais ser entendida apenas como instituição ou doutrina fechada; ela também tem a ver com práticas e experiências “encarnadas” socialmente por pessoas, coletivos e instituições em ambientes públicos. Nesse sentido, conceitos como “mídias religiosas”, “religião midiática” ou “religião midiatizada” não dão conta do fenômeno, que se expande para além do polo midiático corporativo e para além do polo institucional religioso, encontrando novas formas de complexificação no ambiente digital.³³⁷

³³³ SBARDELOTTO, 2017, p. 85 - 86.

³³⁴ SBARDELOTTO, 2017, p. 86.

³³⁵ SBARDELOTTO, 2012, p. 143.

³³⁶ SBARDELOTTO, 2012, p. 144.

³³⁷ SBARDELOTTO, 2017, p. 100.

Dentro do contexto da mídia religiosa, Hjarvard indica que a internet e as demais mídias digitais são oportunidades de comunicação que possuem o potencial interativo e possibilitam aos atores e às instituições religiosas estreitar laços com irmãos e irmãs na fé. Além disso, torna possível “um novo sentido de presença e comunidade.” Um aspecto interessante apontado pelo autor é que a maioria das pesquisas atuais parece indicar que “os veículos digitais não levam as organizações religiosas a alcançar muitas pessoas fora de sua comunidade de fé.” Portanto, há muito mais uma comunicação entre as pessoas que já pertencem a uma comunidade de fé, além disso, outra característica é uma postura mais independente em relação a instituição.³³⁸

Portanto, uma instituição eclesial estar *online*, significa estar exposta. E nesse sentido entender que, dentro da lógica das redes, estará imersa num oceano informacional incontrolável e sem um centro orientador. Significa estar imersa e ser buscada, ou não, como ponto de interesse em comum. Mesmo que hoje a religião faça parte da vida privada das pessoas³³⁹, e as instituições podem não definir certas identidades³⁴⁰, na rede ela está exposta ao público que navega, busca e procura aquilo com que se identifica.

5.8 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA

Neste capítulo, ao seguir o rastro do sagrado, percebeu-se o deslocamento da religião para o âmbito midiático. O sagrado é deslocado para o ambiente das mídias e acaba fugindo do controle institucional, mas além disso, existe a presença da religião, que está à margem das instituições, como a religião banal levantada por Hjarvard. Dentro dessa perspectiva é que se pode apontar para a religião vivida que mencionamos no primeiro capítulo, ela permeia os estudos da religião à medida em que adentra o campo da cultura comunicacional. Percebe-se que, tanto as formas implícitas, quanto as explícitas, estão presentes nas reflexões em torno da mediação da religião.

Nesse sentido, analisar a mediação da religião não significa analisar o uso dos meios de comunicação pelas instituições religiosas, mas sim analisar o cotidiano das pessoas e as suas relações com a mídia. Claro que interessa compreender o uso dos meios de comunicação pelas

³³⁸ HJARVARD, 2014, p. 140.

³³⁹ BRAKEMEIER, Gottfried. **A viabilidade da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil - Apontamentos críticos**. Disponível em: < <https://www.luteranos.com.br/textos/a-viabilidade-da-ieclb-apontamentos-criticos> > Acesso em: 21 mai. 2020.

³⁴⁰ ZIMMER, Mirian Andrea. **Assimilação e organização religiosa: como as igrejas étnicas lidam com assimilação (estrutural) de seus membros, tendo por base o exemplo da IECLB**. Blumenau: Otto Kuhr, 2014, p. 94.

instituições, contudo fica evidente que há um condicionamento das lógicas midiáticas ao interesse institucional. Por isso, cabe compreender a distinção entre as mediações e midiatisações.

Pensando na lógica da internet, os impactos para a experiência religiosa são perceptíveis na crise de autoridade, na descentralização e no próprio conteúdo. A religião está presente *online*. Seja na forma de *online religion* ou *religion online*, as instituições, mas também as individualidades, buscam explorar essa nova mídia, que é capaz de absorver características divinas como forma de informar e promover experiências religiosas. Mas além disso, a própria mídia é capaz de tomar o lugar da religião institucional no cotidiano. Assim, da mesma forma que a mídia serve como uma ferramenta e um instrumento para as instituições religiosas, também potencializa características de individualização e descentralização de poder.

A midiatisação da religião carrega mudanças profundas, inclusive no próprio conceito de sagrado e das experiências religiosas, frente a ideia de sacralidade digital em que o próprio sagrado está nas redes. Ao mesmo tempo, há abordagens mais críticas e que destacam o endeusamento da própria mídia. De todo modo, os meios de comunicação estão inseridos de forma profunda no cotidiano do ser humano e podem ser comparados a um centro que possibilita o contato entre as pessoas e, assim, gerar comunidades. Por isso, diante de tantas transformações na forma de vivenciar e experienciar a fé, surge a demanda pela teologia dessa nova era comunicacional. É nesse sentido que a próxima etapa se interessa pela ciberteologia.

6 COMUNICAÇÃO, EXPERIÊNCIA E RELAÇÕES: A VIDA HIPERCONECTADA

6.1 INTRODUÇÃO

Diversos pesquisadores e pesquisadoras, tanto da área da comunicação, como da teologia, apontam que a internet possibilita de alguma forma a experiência religiosa. Dos mais diferentes modos, tanto instituições eclesiais, como outros movimentos, procuram estar presentes *online* em caráter informativo, mas também buscam proporcionar espaços para a vivência da fé. O presente capítulo trabalha as primeiras impressões que nos levam a pensar numa teologia do ambiente virtual, a ciberteologia, termo cunhado pelo padre jesuíta Antonio Spadaro, que designa a investigação da inteligência da fé no espaço virtual e que será desdobrado neste capítulo.

A proposta é apresentar como a rede faz parte da vida diária das pessoas e não pode mais ser dissociada do fazer teológico, uma vez que este deveria refletir aquilo que faz parte do dia a dia e da vida concreta das pessoas. Se a rede influencia no modo de pensar e agir, levar isso em consideração no fazer teológico é, sem dúvida, uma necessidade e obrigação para uma teologia com os pés no cotidiano das pessoas. Além disso, a pesquisa já demonstrou o caráter religioso incorporado pela mídia e como ela incide na religião, portanto, ela não é neutra e deve ser levada em consideração na reflexão teológica.

6.2 A EXPERIÊNCIA DE ESTAR SEMPRE ONLINE

A internet é revolucionária. Antonio Spadaro, padre e teólogo católico, compara essa invenção à criação das ferrovias. Muito mais do que um meio de transporte, as ferrovias desencadearam o surgimento de uma nova sociedade e de um novo mundo. O mesmo pode-se dizer da rede mundial de computadores. Se a ferrovia não foi considerada apenas mais uma nova forma de experiência, mas uma revolução, o mesmo podemos atribuir à rede. Aliás, nas palavras de Spadaro “é interessante notar como toda invenção – após a roda - que permitiu ao homem intensificar as comunicações e as trocas, passando pela imprensa, ferrovia e telégrafo, tenha sido considerada revolucionária.”³⁴¹ Na mesma direção, Castells descreve a internet como

³⁴¹ SPADARO, Antonio. **Ciberteologia: pensar o cristianismo nos tempos da rede**. São Paulo, SP: Paulinas, 2012, p. 16.

“o tecido de nossas vidas”³⁴² e a “base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede”.³⁴³

Desse modo, se houve o tempo em que a bússola ou o radar eram instrumentos essenciais para as pessoas se localizarem, hoje o ser humano “se sente perdido se o celular fica sem sinal ou se o *tablete* ou *smartphone* não pode acessar alguma forma de conexão com a rede sem fio.”³⁴⁴ Pode-se enxergar isso com o olhar crítico e julgador que percebe um novo espaço capaz de gerar dependência ou até mesmo alienação. Contudo, precisamos ser sinceros e admitir a impossibilidade de simplesmente tirar a rede de nossas vidas.³⁴⁵

Nesse sentido, ao mesmo tempo em que o novo método de conexão impacta a vida das pessoas no âmbito comunicativo e do progresso tecnológico, também influencia no modo como enxerga-se esses avanços tecnológicos. Afinal, a rede exige análises que vão para novas perspectivas e conceitos como “as experiências de amizade e relação”. Portanto, é crucial que consideremos o “reflexo imediato e decisivo nas relações humanas em geral”.³⁴⁶ Isso significa que a internet, muito além de computadores, cabos e redes, também é um novo contexto vivencial e experiencial. Por isso, ao mencionar sobre a realidade da rede, Spadaro afirma que

A internet é, antes de tudo, uma experiência, isto é, a experiência que aqueles cabos e aqueles sinais a tornam possível, assim como as paredes domésticas tornam possível a experiência de “sentir-se em casa”. Ela é, portanto, um verdadeiro “espaço” de experiência que cada vez mais está se tornando parte integrante, de maneira fluida, da vida cotidiana: um novo contexto existencial.³⁴⁷

Portanto, a rede e as mídias digitais estão tão presentes no cotidiano, que é difícil mencionar os momentos em que não estamos conectados. Inclusive, esta é uma das críticas em relação a sua capacidade alienante e da falsa ideia de fuga do mundo real. Fato é que a internet e as redes sociais estão presentes em nosso cotidiano, não como uma porta de “saída da realidade, mas sim ‘próteses’, extensões capazes de enriquecer nossa capacidade de viver as relações e trocar informações.”³⁴⁸ Na mesma direção, Muniz Sodré descreve que a aplicação do termo ‘prótese’ a um meio, como a internet, não significa designar algo separado ou

³⁴² CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2015. (Edição digital), p. 6.

³⁴³ CASTELLS, 2015, p. 6.

³⁴⁴ SPADARO, Antonio. **Quando a fé se torna social**: o cristianismo no tempo das novas mídias. São Paulo. Paulus, 2016, p. 8.

³⁴⁵ SPADARO, 2012, p. 17.

³⁴⁶ SPADARO, 2016, p. 12.

³⁴⁷ SPADARO, 2016, p. 17.

³⁴⁸ SPADARO, Antonio. Prefácio. In: SBARDELOTTO, Moisés. **'E o verbo se fez bit'**: a comunicação e a experiência religiosas na internet. Aparecida, SP: Santuário, 2012. p. 16.

manipulável pelos sujeitos, mas antes “a *forma* tecnointeracional resultante de uma extensão especular ou espectral que se habita como um novo mundo, uma nova ambiência, código próprio e sugestões de condutas.”³⁴⁹ Além disso, segundo o autor, é uma forma de descrever algo que não pode ser instrumentalizado por inteiro, ou seja, submeter determinado dispositivo às intenções de um único sujeito.³⁵⁰

Essa ideia não destoa muito da máxima de McLuhan sobre os meios de comunicação como extensões do ser humano. Nesse sentido, assim como os meios que a antecederam, a internet é capaz de potencializar a dimensão comunicacional humana.³⁵¹ Obviamente, pode-se apontar para os aspectos preocupantes do uso tecnológico digital, quando se deixa de estimular e de usar características importantes da mente humana, como a memória, e cria-se uma dependência da memória digital. Um exemplo pode ser encontrado em todos os números de telefone que guardamos em nossa memória atualmente e quantos guardávamos no passado, percebemos que hoje depositamos a grande maioria na memória digital. Sempre haverá os prós e contras, mas nossa perspectiva é analisar as possibilidades, portanto, considerar a internet um meio legítimo de experiência da fé. Essa legitimação é imprescindível caso queiramos falar de ciberteologia.

Agora, num primeiro momento, importa reconhecer a influência dos avanços tecnológicos que modificam a sociedade, a humanidade e seu jeito de se relacionar. Desde a invenção do alfabeto, que possibilitou a redação de leis para o convívio social, sempre que surgiram novas tecnologias, o ser humano “procurou interpretar o mundo através” delas. Os avanços tecnológicos comunicacionais e midiáticos, do mesmo modo, “interferem incisivamente na experiência das pessoas e permitem uma ampliação das potencialidades humanas”.³⁵² Já, num segundo momento, é necessário reafirmar que “o mundo experimenta atualmente os tempos da rede, a cultura digital influencia diretamente a vida diária de cada ser humano.”³⁵³

Nesse sentido, vale destacar que a internet é um fruto de seu tempo, ou melhor dizendo, traz consigo as marcas da sociedade em que vai se desenvolvendo. E qual sociedade é esta? Para Bauman, a sociedade contemporânea é marcada pela liquidez, que resulta numa fragilidade

³⁴⁹ SODRÉ, 2002 p. 22.

³⁵⁰ SODRÉ, 2002, p. 22.

³⁵¹ MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**/ Marshall McLuhan ; tradução de Decio Pignatari. 3. ed. São Paulo, SP: Cultrix, 1971. 407 p.

³⁵² SPADARO, 2012, p. 22.

³⁵³ SILVA, 2021, p. 28

dos vínculos e das relações.³⁵⁴ A contemporaneidade é nomeada de diferentes maneiras, que vão do pós-moderno ao hipermoderno, da era líquida, até a era digital. De todo modo, cabe perceber, nas palavras de Silva, “que o que vivenciamos não é apenas uma época de mudanças, mas também uma mudança de época”.³⁵⁵

Para classificar essa época, Silva utiliza o prefixo *hiper* ao fazer referência a hipervalorização de “algumas características modernas e pós-modernas”. Para a autora, as antigas marcas da modernidade, que sustentavam-se no racionalismo exacerbado e no idealismo, agora dão lugar à “emoção e prazeres instantâneos”. Além disso, outra característica da fase *hiper* está na existência de “espaço para todas as ideias, todos os tipos de gostos e estilos de vida.”³⁵⁶ *Hiper* é o modo como a vida se transforma e como as mudanças vão e vem na hipervelocidade. Nesse sentido, “ou caminhamos na mesma velocidade da evolução do mundo ou seremos pisoteados por ele”.³⁵⁷

Embora a internet potencialize também o contato e as relações humanas, ela o faz dentro de uma sociedade marcada pela individualização, parece até mesmo uma contradição na medida em que se coloca como a própria alternativa. Por isso, da mesma forma como compreendemos as possibilidades de viver sempre conectados, não descartamos a análise crítica dessa realidade. É necessário, “hoje mais do que nunca, amadurecer uma integração salutar entre a nossa vida cotidiana e as potencialidades que são proporcionadas pelo ambiente virtual”.³⁵⁸

No contexto da modernidade líquida, os pontos de referência foram diluídos e isso tem um impacto significativo na relação das pessoas com instituições, como as eclesiais, que sempre foram a base na construção de identidades. Segundo Silva, “na sociedade líquida, as pessoas não buscam mais construir suas casas sobre a rocha firme, tampouco sobre a areia, suas casas flutuam ao sabor das ondas no mar da inconstante contemporaneidade”.³⁵⁹

De todo modo, parte-se do pressuposto de que o ciberespaço é um local de experiências, tanto comunicacionais, como de troca de conhecimento e saberes. Assim nasce a cibercultura, em um espaço desterritorializado e sem limites, resultante do encontro por interesses comuns. Contudo, por mais que o ciberespaço resulte na cibercultura, ao mesmo tempo não impede a

³⁵⁴ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2001. 258 p.

³⁵⁵ SILVA, 2021 p. 30.

³⁵⁶ SILVA, 2021, p. 32.

³⁵⁷ SILVA, 2021, p. 32.

³⁵⁸ SPADARO, Antonio. **Web 2.0: redes sociais**. São Paulo, SP: Paulinas, 2013, p. 8.

³⁵⁹ SILVA, 2021, p. 33.

propagação de outras culturas menores. Por isso, a cibercultura é considerada globalizante, mas não totalizante.³⁶⁰

A experiência nascida no ciberespaço é “uma experiência que os aparelhos tornam possível”, porém isso não significa que ele seja um meio ou um instrumento. Muito mais do que uma forma de mediação, a rede é um ambiente de vivência e convivência. Por isso, “esse ambiente não tem o menor sentido sem pessoas para conviverem nele”. Muito mais do que uma rede de computadores, *smartphones* e cabos, falamos de uma “rede mundial de pessoas”. Nesse sentido, Silva enfatiza a necessidade da ação humana para a existência da internet, algo essencial para legitimar a rede como um espaço real. Em suas palavras “como diz Spadaro, a internet não existe, ela só vive através de nós, seres humanos. Por isso, a experiência da rede é uma experiência de relações interpessoais, não uma interação entre o ser humano e a máquina.”³⁶¹

Silva menciona quatro características do ciberespaço. Primeiro, a internet é um lugar antropológico, afinal, é habitada e feita por pessoas. Segundo, é um ambiente ético, na medida em que encontramos condutas boas e más. Terceiro, é um espaço sociopolítico, pois “é a nova praça pública global onde se denunciam, se discutem e se articulam informações e opiniões” e, por fim, sendo parte de nossa vida diária, também tornou-se um espaço sagrado, pois “assim como em nossa vida física diária, no ciberespaço o sagrado e o profano se manifestam e se interpelam”.³⁶²

Para o teólogo Tom Beaudoin, “o ciberespaço ressalta nossa finitude” e “espelha nosso desejo de infinito, de divino”, isso porque ele expressa o desejo do ser humano de um sentimento de plenitude que supere “tanto em nível de presença e relacionamento quanto de conhecimento”. Essa busca pela plenitude no contexto do ciberespaço demonstra um primeiro contato entre a espiritualidade e a tecnologia.³⁶³ Nesse sentido, Sbardelotto traz uma importante constatação, de que é preciso analisar as transformações sociais e culturais através da perspectiva midiática, neste caso, das vastas possibilidades ofertadas pela *web*.³⁶⁴ Por isso, tomar da relação entre a mídia e a religião foi fundamental para, agora, adentrar especificamente no vasto mundo da internet.

³⁶⁰ LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. edição. São Paulo, SP: Editora 34, 2018, p. 122.

³⁶¹ SILVA, 2021, p. 42 - 43.

³⁶² SILVA, 2021, p. 42.

³⁶³ BEAUDOIN, **Virtual Faith**, p. 87 *apud* SPADARO, 2012, p. 30.

³⁶⁴ SBARDELOTTO, 2012, p. 79.

Nessa direção, Spadaro enfatiza que o ciberespaço e a igreja “são duas realidades ‘desde sempre’ destinadas a se encontrar”. Isso porque, tanto o ciberespaço, como a fé cristã, trazem em seus fundamentos o aspecto da comunicação e das relações. O cristianismo, nas palavras do autor, “é fundamentalmente um evento comunicativo”. Da revelação cristã às páginas da Bíblia, o aspecto narrativo demonstra um Deus que se comunica com a humanidade, mas que também se relaciona. “A sua maneira tudo – anjos, sarça ardente, mesas de pedra, sonhos, asnos, tons, sussurros e sopros de vento ligeiro – pode se tornar um dos meios que realizam a comunicação.”³⁶⁵

6.3 CRISTIANISMO: ENTRE EXPERIÊNCIA E COMUNICAÇÃO *ONLINE*

Se não há mais como definir a internet apenas como um “instrumento de comunicação” é preciso ir além. Hoje a rede é um ambiente cultural que, nas palavras de Spadaro, “determina um estilo de pensamento e cria novos territórios e novas formas de educação, contribuindo para definir também um novo modo de estimular as inteligências e construir o conhecimento e as relações.”³⁶⁶ Nesse sentido, se o ciberespaço possibilita o desenvolvimento de conhecimento e de relações, conseqüentemente também proporciona um espaço de existência para a igreja.³⁶⁷

A internet, assim como tantos outros processos midiáticos anteriores a ela, modifica a sociedade, a cultura e também a religião. Nessa direção, a Reforma Protestante e a imprensa de Gutenberg são um bom exemplo de um contexto religioso e do impacto que a mídia possui em disseminar ideias e, conseqüentemente, modificar uma sociedade. Com a internet não é muito diferente, se antes a igreja vivenciou a Reforma Protestante, hoje vivencia a Reforma Digital.³⁶⁸

Aliás, por ser uma realidade praticamente inseparável do dia a dia, a lógica da *web* impacta na forma das pessoas vivenciam a fé. Reconhecer isso é fundamental para ampliarmos nosso horizonte quanto às funcionalidades e oportunidades que a rede traz. Nesse sentido, Spadaro afirma que

Essa é a única premissa válida para viver e anunciar a fé em tempos de mídias digitais: reconhecer o seu valor, a sua “capacidade” espiritual. Essas mídias têm, em si, a resposta para uma “vocação”. Portanto, num tempo em que a tecnologia tende a se tornar o tecido conectivo de muitas experiências humanas, assim como no caso das

³⁶⁵ SPADARO, 2012, p. 24.

³⁶⁶ SPADARO, Antonio. **Quando a fé se torna social**: o cristianismo no tempo das novas mídias. São Paulo: Paulus, 2016. p.21

³⁶⁷ SPADARO, 2012, p. 24.

³⁶⁸ SBARDELLOTTO, Moisés. **E o verbo se fez rede**: religiosidades em reconstrução no ambiente digital. São Paulo, SP: Paulinas, 2017. p. 41 – 43.

relações e do conhecimento, é necessário perguntar-se: a rede pode ser uma dimensão na qual se pode viver o Evangelho? A resposta parece ser decididamente afirmativa.³⁶⁹

A presença religiosa *online* foi apontada por Joana Puntel como “enorme e em contínuo crescimento”. A oferta se dá na forma de sites específicos de instituições eclesiais, de outras religiosidades ou de propostas de espiritualidade. Para a autora, estamos diante de uma fronteira para o anúncio do Evangelho.³⁷⁰ Esta fronteira é esmiuçada por Moisés Sbardelotto em suas obras “*E o Verbo se fez Bit*” e “*E o verbo se fez rede*”. Nelas o autor explora o aspecto comunicacional e a experiência gerada aos fiéis no contexto da Igreja Católica, ao analisar algumas características próprias da comunicação *online* e como isso impacta na experiência religiosa e na própria religiosidade.³⁷¹ Nesse sentido, é preciso reconhecer que a rede é um espaço de vivência da fé, onde as instituições eclesiais buscam se fazer presentes. Afinal, “o ciberespaço é um ambiente onde muitos se encontram, praticam sua fé e vivem a sua espiritualidade hoje”.³⁷²

Nessa direção, Adam reforça que da mesma forma que a religião transpôs fronteiras para além daquelas institucionalmente explícitas, também as suas formas de expressão tradicionais, como o culto, a pregação e a liturgia, estão diluídas entre o sagrado e o profano. Por isso, segundo o autor, “televisão, cinema, revistas, internet expressam uma cultura religiosa imbricada na cultura popular, cotidiana.”³⁷³ Foram absorções de religiosidade e de características religiosas pelas internet, por exemplo, que permitem as reflexões trazidas por Fernanda Estrella, comparando o *Google* à Deus, diante da onipotência, da onisciência, do ouvir as preces, da sua onipresença e tantas outras características.³⁷⁴

Por isso, ao mesmo tempo em que rede e a cibercultura “colocam novos desafios a nossa capacidade de formular e de escutar uma linguagem simbólica que fale da possibilidade e dos sinais da transcendência em nossa vida”³⁷⁵, também proporcionam a relação entre ciberespaço, comunicação, igreja, fé e teologia cristã, o que possibilita vislumbrar uma ciberteologia. Nesse

³⁶⁹ SPADARO, 2016, p. 15.

³⁷⁰ PUNTEL, Joana T. **Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática**. São Paulo, SP: SEPAC, Paulinas, 2011, p. 116.

³⁷¹ SBARDELOTTO, 2012. SBARDELOTTO, 2017.

³⁷² SILVA, 2021, p. 65.

³⁷³ ADAM, 2012, p. 299

³⁷⁴ ESTRELLA, Fernanda. Do nascimento da rede até a Ciberteologia. In: REBLIN, Iuri Andréas; ADAM, Júlio César (org.). **Atravessando o Espelho de Alice: estudos sobre religião, cultura pop e mídia**. São Leopoldo: Faculdades Est, 2017. p. 47.

³⁷⁵ SPADARO, Prefácio In: SBARDELOTTO, 2012, p. 19

sentido, essa reflexão insere-se no contexto de rastrear o sagrado e da religião vivida, temas abordados no primeiro capítulo. Afinal, como afirma Ganzevoort

A Teologia Prática está no rastro do sagrado no sentido de que estudamos a hermenêutica da religião vivenciada ao perambular por seu território não-mapeado e em constante mutação, ao sermos fiéis ao que nos é sagrado, ao analisar como as pessoas se relacionam com o divino e ao tentar mudar o mundo.³⁷⁶

Sem dúvida, rastrear o sagrado no vasto território não demarcado da internet é uma enorme pretensão. Ao mesmo tempo, é no campo da internet e das redes sociais que está a religião vivida, portanto encontram-se elementos, conteúdos e formas religiosas manifestados de forma explícita e implícita.³⁷⁷ Nesse sentido, Estrella afirma que “conseguimos perceber que as redes digitais estão em todos os lugares e momentos da vida, assim como a religião também está, demonstrando então que as duas estão totalmente interligadas. Esta interligação deu origem a um novo termo e ainda cheio de mistérios e indefinições: Ciberteologia.”³⁷⁸

6.4 CIBERTEOLOGIA: UMA TEOLOGIA ‘EM, COM E SOB’ O CIBERESPAÇO

A reflexão sobre a ciberteologia nasce no momento em que admitimos que “as mídias eletrônicas e tecnologias digitais ‘modificam o modo de comunicar e até mesmo de pensar’”, portanto deveriam influenciar “no nosso modo de fazer teologia”.³⁷⁹ O conceito de ciberteologia ainda está em construção e, embora Spadaro se destaque por apresentar sua reflexão sobre o termo, antes dele algumas tentativas de aproximação à sua definição foram trabalhadas por Susan George e Deebie Herring.³⁸⁰

Susan George aborda quatro definições para a ciberteologia. A primeira delas a define “como a teologia dos significados da comunicação social em tempos da internet e tecnologias avançadas.” A segunda, compreende o modo de comunicação utilizado pela pastoral para comunicar o Evangelho “com as capacidades próprias da rede.” Já a terceira, trabalha com a presença religiosa na rede a partir de uma perspectiva fenomenológica. Por fim, a quarta vê o uso da rede “como lugar das capacidades espirituais”.³⁸¹ Já, a teóloga Deebie Herring menciona uma ‘teologia no’, ‘teologia do’ e ‘teologia para’ o ciberespaço. A teologia ‘no’ diz respeito aos

³⁷⁶ GANZEVOORT, 2009, p. 327.

³⁷⁷ ESTRELLA, 2017, p. 45.

³⁷⁸ ESTRELLA, 2017, p. 49.

³⁷⁹ SPADARO, 2012, p. 39.

³⁸⁰ SILVA, 2021, p. 66; SPADARO, 2012, p. 39.

³⁸¹ SPADARO, 2012, p. 39.

conteúdos teológicos coletados na internet. Já a teologia ‘do’, “proporciona uma lista de contribuições teológicas para o estudo do ciberespaço”. Por fim, uma teologia ‘para o’ ciberespaço, refere-se aos espaços (sites, fóruns, perfis) na rede em que se faz teologia.³⁸² Outra perspectiva publicada na revista *Concilium*, em 2005, descreve a ciberteologia numa perspectiva de “estudo da espiritualidade que se manifesta *na e através da internet*”.³⁸³

Para Silva, ambas tentativas de definição não são suficientes para caracterizar a ciberteologia, pois, mesmo que corresponda a todos esses apontamentos anteriores, ela designa algo que vai além. Em suas palavras, “se levada a sério, a reflexão ciberteológica pode enriquecer nossa vivência pessoal e comunitária”.³⁸⁴

Por isso, se é necessário ir além, Spadaro propõe-nos uma reflexão. Ele compreende a ciberteologia como “*a inteligência da fé em tempos da rede*, isto é, a reflexão sobre a ‘pensabilidade’ da fé à luz da lógica da rede.” Afinal, a rede influencia, tanto nosso imaginário, quanto o pensamento que incide indiretamente em nossa maneira de compreender e ler a Bíblia, assim como “o modo de compreender a Igreja e a comunhão eclesial, a Revelação, a liturgia, os sacramentos: os temas clássicos da teologia sistemática.”³⁸⁵

A ciberteologia nasce, portanto, de uma tomada de consciência que aponta para a necessidade de um fazer teológico que leve em consideração as transformações que ocorrem e a influência destas na forma em que as pessoas vivenciam e compreendem a religiosidade. Nesse sentido, Spadaro afirma que “a internet cada vez mais contribui para construir a identidade religiosa das pessoas.”³⁸⁶ Portanto, muito mais do que um espaço relacional e de comunicação, a rede demonstra ser referencial para a construção de religiosidades.

Ao mesmo tempo, embora a ciberteologia tenha a rede como principal impulso para o fazer teológico, ela não é uma teologia considerada contextual. O ciberespaço impossibilita delimitação com precisão do espaço e do tempo, pois cada vez mais está “integrado no fluxo da nossa existência ordinária.”³⁸⁷ Portanto, a intenção da ciberteologia não é interpretar “uma realidade pontual, local e isolada”, mas refletir a partir da cultura digital, que é global.³⁸⁸ Nesse sentido, Silva compreende que “este novo campo do saber teológico trata justamente do que deveria ser a meta de qualquer teologia: dialogar com a cultura e o ser humano de seu tempo,

³⁸² SPADARO, 2012, p. 39.

³⁸³ SPADARO, 2012, p. 40.

³⁸⁴ SILVA, 2021, p. 67.

³⁸⁵ SPADARO, 2012, p. 40.

³⁸⁶ SPADARO, 2012, p. 40.

³⁸⁷ SPADARO, 2012, p. 41.

³⁸⁸ SILVA, 2021, p. 71.

pensar a fé levando em conta a dinâmica da vida”. E a dinâmica da sociedade pós-moderna é marcada pela vida hipercomunicativa possibilitada pela internet.³⁸⁹

Da mesma forma que ela não é contextual, também não pode ser enquadrada como uma “reflexão sociológica sobre a religiosidade na internet”, isso porque sua intenção é ser “resultado da fé que libera de si mesma um impulso cognitivo num tempo em que a lógica da rede assinala o modo de pensar, conhecer, comunicar e viver.”³⁹⁰ A ciberteologia convida a “refletir sobre a fé na era da cultura digital”.³⁹¹ Ela conduz e pode ser situada dentro de uma área da teologia que se ocupa em refletir a realidade e os anseios que a tarefa teológica precisa responder, a Teologia Prática.

Um último destaque em relação a essa teologia é trazido por Aline Amaro, quando enfatiza que a ciberteologia

Não é uma teologia “de cima para baixo”, nem “de baixo para cima”. Ela segue a dinâmica da comunicação em rede - horizontal, dialógica, interpessoal -, é *peer-to-peer*, de ponto a ponto, de pessoas para pessoas. Uma teologia que estuda um Deus próximo e pessoal, que se faz presente entre “nós” (duplo sentido: entre os nós da rede e entre nós seres humanos, que se encarna, que é Emanuel - Deus conosco).³⁹²

6.5 O MÉTODO: EXPERIMENTAR, REFLETIR, AGIR E AVALIAR³⁹³

Antonio Spadaro iniciou as provocações por uma ciberteologia e isso despertou em outras pessoas pesquisadoras o interesse pela temática. Aline Amaro da Silva é uma dessas pesquisadoras, que embora reflita uma ciberteologia no contexto da catequese católico romana, nos apresenta uma proposta metodológica para essa teologia. Para a pesquisadora, o método se assemelha muito com a tríade da teologia da libertação - ver, julgar, agir - porém sua descrição fundamenta-se em quatro pontos: “experiência, reflexão, ação e avaliação”.

O primeiro ponto, experiência, exige duas perspectivas: a fé e a rede. Portanto, em primeiro lugar, para se propor uma reflexão ciberteológica, parte-se da fé em Deus e da participação de uma comunidade de fé. Mas, além dessa experiência de fé, é necessário

³⁸⁹ SILVA, Aline Amaro da. Ciberteologia: teologia no cenário contemporâneo global.. In: **ANAIS DO 28º CONGRESSO INTERNACIONAL DA SOTER: RELIGIÃO E ESPAÇO PÚBLICO: CENÁRIOS CONTEMPORÂNEOS**, 2015, Belo Horizonte. Belo Horizonte: SOTER, 2015, p. 400.

³⁹⁰ SPADARO, 2012, p. 41.

³⁹¹ SILVA, 2021, p. 68.

³⁹² SILVA, 2021, p. 71.

³⁹³ SILVA, 2021, p. 69.

vivenciar a experiência das redes, das comunidades globais que existem *online*, participar com o modo característico desse ambiente, a interação.

Para Silva, "não se pode refletir sobre o que não se conhece nem discernir sobre aquilo que não se vive." Por isso, somente a partir das experiências podemos seguir para o segundo ponto do método. Através de diferentes focos e interesses, podemos então refletir sobre as experiências. Como exemplo, a autora traz seu contexto catequético e questiona:

Como minhas relações digitais interferem na minha vivência cristã e na minha comunidade de fé? Como minhas atitudes no ciberespaço afetam meu comportamento em relação a minha família, amigos, trabalho e sociedade? [...] Você, catequista: o que você posta, curte e compartilha nas redes sociais? Que testemunho de vida em Deus você está dando aos seus amigos de Facebook e catequizandos? Você participa de alguma rede social para estreitar melhor os laços de amizade com seus catequizandos?

O terceiro ponto do método é a ação ou mudança de atitude. Se percebemos que ao nosso redor as pessoas estão vivendo determinadas redes, comentando e se relacionando, vale-nos o questionamento de até que ponto esse participar de certa rede também vai me aproximar dessas pessoas. Nesse sentido, Silva apresenta o seu exemplo: "Se eu percebo, por exemplo: 'Nossa, todos os meus catequizandos participam de tal rede social e eu não', será que eu deveria entrar nela também? Não seria uma forma de eu me aproximar da realidade deles e puxar conversa no início do encontro?" Embora a vida física ainda paute grande parte das conversas, o oposto já é uma realidade bem presente.

Por fim, o último ponto metodológico é a avaliação. Tomadas determinadas ações, a busca pela presença *online* e proximidade virtual, funcionou ou não? Vale a pena insistir e continuar ou não? Silva aponta que essa etapa é importante e muitas vezes é esquecida ou deixada de lado. Para ela, "concluídos os passos, recomeço o processo como se fosse um movimento em forma de espiral, avançando etapa por etapa. Cada experiência de fé e de rede precisa ser refletida, e cada ação física e digital precisa ser avaliada sempre, como um exame de consciência no final do dia."

A autora propõe essa metodologia a partir da ótica catequética e da relação com jovens em fase de afirmação da fé, mas poderíamos ampliá-la numa escala eclesial, afinal, o diálogo com a cultura e com a vida concreta das pessoas é fundamental para o bom anúncio da palavra de Deus. Uma problemática já levantada por Gräb, ao comentar sobre a importância de utilizar uma linguagem adequada na pregação, por exemplo, nos remete a importância de realizar uma ciberteologia, quando escreve "a tradição luterana ainda não leva suficientemente a sério a

máxima de Lutero quando ele diz que é necessário *olhar na boca do povo* para encontrar a linguagem adequada.”³⁹⁴

6.6. UMA PITADA CIBERTEOLÓGICA: *ENTRE A CONEXÃO E A PROXIMIDADE*

Se a internet faz parte da vida diária das pessoas e da comunicação e influi em diferentes aspectos da vida social, então tomar conhecimento de sua linguagem e de suas funcionalidades é essencial para a boa comunicação do Evangelho no espaço *online*. Mesmo que, como afirma Marino, cada igreja use “uma linguagem própria de acordo com suas concepções, tradições e objetivos”³⁹⁵, não significa que a instituição deva parar no tempo, correndo o risco de ficar presa a uma linguagem arcaica que pouco comunica às novas gerações. Também não significa abandonar as antigas práticas e tradições, mas buscar um constante diálogo com as possibilidades. Do mesmo modo, a reflexão de fé não para no tempo. Por isso, a reflexão ciberteológica acontece quando a fé cristã é pensada e refletida numa perspectiva que contemple a vida na plenitude do ciberespaço.

Se no Evangelho de Mateus, Jesus ensina o grande mandamento e afirma que “*e o segundo, semelhante a este, é: “Ame o seu próximo como você ama a si mesmo.”* (Mt 22.39), então compreender a ideia de próximo na cultura digital é crucial para compreender a mensagem. Nesse sentido, Silva afirma que “é preciso discernir as relações mais importantes, seja no ambiente físico, seja no digital”. Além disso, segundo a autora, em meio as pessoas que consideramos primordiais ou secundárias, podem existir aquelas que “podem estar caídas em frente à nossa porta ou olhando o nosso perfil, buscando algo em que acreditar.”³⁹⁶

Nessa direção, o conceito de amizade, que antes era construída a partir do contato relacional e presencial e levava as pessoas a se encontrar e realizar alguma atividade, está mudando. As amizades hoje podem ser construídas a partir da troca de mensagens em alguma rede social. Nesse sentido, “construir amizades nos tempos de rede significa, por tanto, confrontar-se com maiores possibilidades de contatos, mas exige também uma consciência maior da intensidade, da profundidade possível de uma relação humana ‘incarnada’”.³⁹⁷ Nessa

³⁹⁴ GRÄB, Wilhelm. Prédica como uma conversa com o ouvinte sobre a sua vida. **Tear Online**: : liturgia em revista, São Leopoldo, v.6,n.2, p. 116-126, 2017. Disponível em: <http://periodicos.est.edu.br/index.php/tear/article/view/3228> Acesso em: 31 out 2022.

³⁹⁵ MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2017. 172 p. (Coleção Comunicação). Livro eletrônico. p. 24.

³⁹⁶ SILVA, 2021, p. 127.

³⁹⁷ SPADARO, 2012, p. 64.

direção, Silva afirma que um dos questionamentos que a cultura digital insere em nosso cotidiano e pode ser refletido à luz da teologia é: quem é meu próximo?³⁹⁸

Uma das problemáticas levantadas por Spadaro é a questão da relação entre conexão e compartilhamento de rede com a ideia de “encontro”. Para ele, “se a rede, chamada para conectar, na realidade acaba por isolar, então está traindo a si mesma, o seu significado.”³⁹⁹ Nessa direção, o autor traz à reflexão a questão de quem é o próximo em uma realidade marcada pelas relações sociais. A ideia de uma proximidade ‘espacial’ foi rompida pelas mediações tecnológicas, de modo que próximo a mim é quem está ‘conectado’ comigo. Como destaca Spadaro,

arrisco estar ‘longe’ de um amigo meu que mora perto e que não está no *Facebook* e usa pouco o e-mail, e, por outro lado sentir-me ‘perto’ de uma pessoa que nunca encontrei, que se tornou minha ‘amiga’ por que é amiga de um amigo meu e com a qual tenho uma troca frequente na rede.⁴⁰⁰

A tendência de uma preferência às relações virtuais e a busca pelo isolamento são tematizadas por Silva, quando afirma que “esse comportamento de preferir a comunicação *online* ao encontro físico é consequência da mentalidade individualista, líquida e da cultura do descartável presente na sociedade.”⁴⁰¹ Outro fator, segundo a autora, que incide nesse comportamento, é o medo, pois “aliado ao individualismo coloca o semelhante como meu rival, já que todos estão em busca de um único tesouro: a realização individual.”⁴⁰²

Ao mesmo tempo em que existe a busca pelo isolamento e por relações líquidas, Spadaro afirma que “o interesse pelo encontro ‘real’, físico com as pessoas, com amigos, começa a ser recuperado em outras formas e por outros caminhos.” Para o autor, exemplos de aplicativos que disponibilizam a localização de ‘amigos’ possibilitam que os mundos físicos e virtuais fiquem “ligados entre si e, potencialmente, a ‘conexão’ pode se tornar ‘encontro.’”⁴⁰³ Por fim, numa tentativa de sintetizar a dimensão da cultura digital para o entendimento dessa, Silva afirma

O ciberespaço proporciona uma nova maneira de estar presente. Tanto a presença física quanto a espiritual e a digital são reais e complementares entre si. Pela presença física, eu me relaciono com aqueles que estão perto geograficamente. Pela presença digital, eu me conecto a pessoas que são importantes para mim, mesmo que estejam fisicamente distantes. Pela comunhão dos santos, posso rezar e me comunicar com os

³⁹⁸ SILVA, 2021, p. 126.

³⁹⁹ SPADARO, 2012, p. 61.

⁴⁰⁰ SPADARO, 2012, p. 63.

⁴⁰¹ SILVA, 2021, p. 128.

⁴⁰² SILVA, 2021, p. 128.

⁴⁰³ SPADARO, 2012, p. 65.

que estão na eternidade. Dessa forma, a cibercultura expandiu minha compreensão de quem é o meu o próximo e a minha visão sobre o que é real.⁴⁰⁴

6.7 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA A PRÓXIMA ETAPA

Ganzevoort nos propõe uma teologia que rastreie o sagrado na cultura, na mídia e na vida concreta das pessoas. É assim que chegamos à religião vivida e à sua função hermenêutica para a teologia prática. A internet é uma dessas mídias em que encontramos traços do sagrado. Aliás, a mídia digital como um todo. No primeiro capítulo já apontamos para a linguagem digital tomando lugar de conceitos fundamentais para a teologia. Além disso, a internet é um espaço de encontro onde nasce a cibercultura, mas também a religião é vivenciada *online*. Por essas razões, pensar uma ciberteologia torna-se quase um imperativo. Afinal, teologia precisa dialogar com aquilo que faz parte da vida diária das pessoas. E a igreja? O mesmo vale para ela. Por isso, compreender como a igreja se posiciona e utiliza o ciberespaço e, além disso, como reflete a existência da rede no seu fazer teológico e no seu ministério, também é uma necessidade. Principalmente, se vale-nos a definição de igreja apresentada por Westhelle, quando afirma que

A igreja é essa realidade que está bem nos espaços de entremeio, onde a vida é produzida e reproduzida e o espaço da vida política ou da comunicação humana, da formulação de políticas e de atividades que formam costumes e legislação. Entre esses dois espaços está a igreja, como uma árvore no jardim, entre a casa e o espaço público das ruas e construções, onde a vida civil é vivida, negociada e administrada. Enquanto estamos ativos na economia e na política, somos totalmente passivos quando o evento igreja tem lugar.⁴⁰⁵

Se a igreja é essa realidade, espaço de entremeio e ligada à comunicação humana, então ela não pode deixar de considerar o ciberespaço. É por essa razão que a teologia prática tem a função de proporcionar à igreja um diálogo com a cibercultura, abrindo o espaço para uma ciberteologia.

Antonio Spadaro nos provoca com o seguinte questionamento: “Como, de maneira mais ampla, a cultura digital influirá no modo de fazer um discurso sobre Deus e sobre a fé,

⁴⁰⁴ SILVA, 2021, p. 130.

⁴⁰⁵ WESTHELLE, Vitor. O sacerdócio de todas as pessoas crentes: martim luterano e a igreja de adão. In: HOFFMANN, Martin; BEROS, Daniel C.; MOONEY, Ruth (ed.). **RADICALIZANDO A REFORMA**: outra teologia para outro mundo. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2017. p. 313-324.

especialmente se esse discurso for especificamente católico?”⁴⁰⁶ Embora o autor dirija a pergunta ao seu contexto, poderíamos realocá-la para dentro do contexto da IECLB e nos perguntar: como a cultura digital pode auxiliar ou dificultar nosso fazer teológico? Portanto, como a teologia encara essa nova ambiência que é parte integrante da vida diária das pessoas? Quais os pontos de partida do fazer ciberteológico, seus métodos e sua razão de ser? Além disso, se há um método, ele pode ser aplicado por instituições eclesiais diversas, como no caso da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil? Portanto, há como pensar uma ciberteologia que se configure a partir de uma confessionalidade especificamente luterana?

Além disso, esses questionamentos tomam ainda mais relevância à medida em que a própria instituição estabelece, como veremos no próximo capítulo, para seu fazer missionário, uma tríade imperativa de ser atrativa, inclusiva e missionária. A pesquisa demonstrou que, muito mais do que incluir e de fazer dessa nova mídia, a internet, um espaço de missão, a mesma precisa estar inclusa na perspectiva da reflexão teológica luterana. Afinal, muito mais do que um novo espaço, são novas experiências relacionais e de construção de pensamento que se colocam diante da igreja.

Por isso, a proposta do próximo capítulo é rastrear e identificar a relação que a IECLB possui com a midiática e com as mídias em geral. Desse modo, será possível compreender quais os princípios que norteiam a comunicação da instituição e inclusive se existe uma teologia comunicacional que fundamenta sua atuação midiática. Somente após uma análise desses aspectos será possível apontar se há uma possibilidade de uma ciberteologia em seu contexto.

⁴⁰⁶ SPADARO, 2012, p. 38.

7 A COMUNICAÇÃO E MUDIATIZAÇÃO NO CONTEXTO DAS IGREJAS HISTÓRICAS: O CONTEXTO IECLB

7.1 INTRODUÇÃO

O capítulo se ocupará com a comunicação e sua relação com a midiatização, especificamente, no âmbito das igrejas protestantes históricas. É dentro desse contexto que está a Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB). A partir de outras pesquisas, que analisaram o fenômeno nesse contexto, busca-se apresentar o que já foi constatado em relação ao processo midiático e como a igreja entende a comunicação e, especificamente, relaciona-se com as mídias. O objetivo é encontrar principalmente a relação da IECLB com a internet e seu histórico com outras mídias, como rádio, jornais e revistas. Mesmo que a midiatização não signifique propriamente analisar o uso de diferentes mídias por uma instituição religiosa, é a partir dessa aproximação que é possível compreender em que medida há uma assimilação das práticas midiáticas nas práticas da igreja.

Para esta tarefa, alguns autores se destacam, como Pedro Gilberto Gomes, em sua obra “Da Igreja Eletrônica à sociedade em midiatização” e Ricardo Zimmerman Fiegenbaum, com sua dissertação “Midiatização do campo religioso e processos de produção de sentido análise de um conflito anunciado – O caso do Jornal Evangélico da IECLB”⁴⁰⁷ e sua tese “*MUDIATIZAÇÃO*: a reforma protestante do século XXI? Igrejas, dispositivos midiáticos e sistema de valor, de visibilidade e de vínculo entre regulações e resistências”.⁴⁰⁸

7.2 IGREJAS PROTESTANTES: COMUNICAÇÃO E MUDIATIZAÇÃO

A pesquisa demonstrou a necessidade de abordar a temática da mídia com um olhar mais observador para compreender as transformações sociais, religiosas e culturais

⁴⁰⁷ FIEGENBAUM, Ricardo Zimmermann. **Midiatização do campo religioso e processos de produção de sentido**: análise de um conflito anunciado - o caso do jornal evangélico da ieclb. 2006. 250 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Comunicação, Pós-Graduação, Universidade do Vale dos Sinos - Unisinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4177>. Acesso em: 22 fev. 2023.

⁴⁰⁸ FIEGENBAUM, Ricardo Zimmermann. **Midiatização do campo religioso e processos de produção de sentido**: análise de um conflito anunciado - o caso do jornal evangélico da ieclb. 2006. 250 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Comunicação, Pós-Graduação, Universidade do Vale dos Sinos - Unisinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4177>. Acesso em: 22 fev. 2023.

desencadeadas pelos diferentes processos midiáticos. No campo religioso, especificamente, as novas formas midiáticas interferem significativamente na experiência religiosa. Incidem de tal forma que as pesquisas deveriam não só tematizar “status da religião na mídia, mas qual é a religião que emerge na mídia.”⁴⁰⁹

Nesse sentido, Gomes menciona que “os meios de comunicação, principalmente os de massa como a televisão, não podem mais ser vistos dentro daqueles velhos paradigmas”, isto é, apenas como ferramentas ou instrumentos para troca e envio de mensagens. O mesmo, sem dúvida, pode ser dito da internet, frente a sua capacidade de atingir em massa os mais diferentes públicos.

Como forma de aproximação à relação das igrejas com a midiatização, parte-se de suas compreensões sobre a comunicação, pois entre as múltiplas definições do conceito, boa parte concorda que “se trata de um processo de comunicação que vem se constituindo cada vez mais com o referencial para todos os demais processos comunicacionais da sociedade contemporânea.”⁴¹⁰ Afinal, o âmbito midiático é muito importante para a atual sociedade. De modo que “é também um espaço de construção de identidades e espaço de configuração de comunidades”.⁴¹¹ De acordo com Gomes, “ao entrar no mundo da mídia, as Igrejas não levam em conta que o processo mudou. Os dispositivos tecnológicos são apenas uma mínima parcela, a ponta do *iceberg*, de um novo mundo.”⁴¹²

No âmbito da Igreja Católica Apostólica Romana (ICAR), é possível encontrar diferentes estudos na área da comunicação e da relação com a mídia. Sem dúvida é a instituição que primeiro fez uso dos mais diferentes meios midiáticos.⁴¹³ Da mesma forma, as pesquisas em relação ao ambiente *online* estão a pleno vapor no contexto católico. Nesse sentido, foi a partir das investigações no contexto católico que foi possível tomar conhecimento das transformações desencadeadas na experiência religiosa a partir da internet. Isso decorre de um contexto que propriamente discutiu e repensou suas formas de atuação através dos meios de comunicação de massa.

Fiegenbaum aponta para essa nova maneira de encarar e de fazer uso dos meios midiáticos pela Igreja Católica, a partir das discussões do Concílio do Vaticano II, e indica o documento *Inter Mirifica (Decreto sobre os meios de comunicação social, de 1963)* como o

⁴⁰⁹ GOMES, Pedro Gilberto. **Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 81.

⁴¹⁰ FIEGENBAUM, 2010, p. 24.

⁴¹¹ GOMES, 2010, p. 81.

⁴¹² GOMES, 2010, p. 24.

⁴¹³ GOMES, 2010, p. 96.

ponto de partida para uma posição em que a “ICAR reconhece a importância dos meios de comunicação social na difusão do Evangelho e admite servir-se das conquistas da ciência e da técnica para o anúncio da Boa Nova.”⁴¹⁴

Já as igrejas protestantes históricas possuem uma relação com os meios de comunicação marcada por uma dupla posição. Segundo Fiegenbaum, a literatura e a reflexão acadêmica sobre a temática são escassas, principalmente se comparadas à produção no contexto católico. Ainda assim, a relação de dupla posição é constatada à medida em que percebe-se a “fascinação com soluções técnicas para problemas de confiabilidade de comunicação e determinadas por posturas críticas e até mesmo céticas em relação à opção comunicacional com ênfase nas culturas midiáticas”.⁴¹⁵

Fiegenbaum aponta algumas pistas do pensamento comunicacional das igrejas históricas. Primeiro, uma das razões pela pouca literatura e reflexão acadêmica sobre a temática pode ser atribuída à ideia de que a sistematização do pensamento comunicacional é “construído mais como prática em processo do que em teoria.”⁴¹⁶ Segundo, os projetos que visam a comunicação possuem como uma primeira característica atingir seu próprio público, isto é, desenvolvem-se projetos para consumo interno antes de vislumbrar atingir um público externo. Nesse sentido, o autor afirma que

Suas práticas de comunicação estão voltadas mais para a articulação a partir e em função de suas bases – os próprios sites o são – do que para a sociedade em geral, embora considerem que seus meios de comunicação também podem ter um alcance missionário. Além disso, sustentam que os meios de comunicação devem estar a serviço da igreja. Em geral, as práticas de comunicação das igrejas, segundo as informações apuradas, definem-se pelo tripé serviço-unidade-testemunho.⁴¹⁷

A relação da igreja histórica com os meios de comunicação, portanto, é sob a ótica de que os meios estão a serviço da mesma, para que ela possa desempenhar sua missão. Assim, a igreja compreende que os meios devem auxiliá-la e “promover a sua unidade para difundir o seu testemunho do evangelho, o que implica dizer que a *função* dos meios é promover *vínculo* e *visibilidade*”. Porém, ao mesmo tempo em que a igreja valoriza os meios de comunicação de massa para a missão da evangelização, suas práticas apontam numa direção contrária quando

⁴¹⁴ FIEGENBAUM, 2006, p. 19.

⁴¹⁵ FIEGENBAUM, 2006, p. 25.

⁴¹⁶ FIEGENBAUM, 2006, p. 25.

⁴¹⁷ FIEGENBAUM, 2006, p. 26.

defendem “práticas alternativas e populares de comunicação através de meios não-massivos.”⁴¹⁸

Na visão de Fiegenbaum, essa relação dicotômica do uso prático instrumental e a postura crítica frente aos meios de comunicação pode ser atribuída à herança dos eixos teóricos da Teoria Informacional e da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt. A TV, o rádio e o cinema, como primeiros meios de comunicação de massa, estimularam as discussões em relação aos seus impactos na cultura e na sociedade desde a segunda metade do século XX. De acordo com Fiegenbaum, duas teorias podem ser apontadas como as principais norteadoras das discussões e que colocavam o problema da “comunicação de massa numa dimensão pragmática”. A Teoria Informacional, de origem norte-americana, e a Teoria Crítica, da Escola de Frankfurt. Enquanto a primeira pressupunha o mercado “como regulador natural das relações humanas”, a segunda afirmava que o progressivo avanço e domínio da técnica resultaria em uma permanente dependência e opressão. De todo modo, embora as teorias apontem para efeitos opostos dos meios midiáticos de massa, aproximavam-se quanto a compreensão instrumental dos meios.⁴¹⁹ Essa compreensão instrumental é resultado de um conceito de comunicação baseado na transmissão, portanto “a comunicação consiste fundamentalmente na transmissão de informações por meio de aparatos tecnológicos eficazes, variando tão somente a propriedade dos meios, o conteúdo das mensagens e o propósito da sua utilização.”⁴²⁰

Para Fiegenbaum, a midiatização protestante implica em “dizer que as igrejas respondem aos processos midiáticos instituindo dispositivos midiáticos”⁴²¹ Os dispositivos midiáticos, na ótica do autor, qualificam o conceito de mídia e meios, uma vez que estes estão além de um conjunto de dispositivos tecnológicos, mas correspondem a “um fim para as instituições midiáticas e resultado de operações que envolvem a cultura, a tecnologia e a linguagem em processos de mútuas determinações, de acoplamentos sistêmicos, de resistências e de tensões.”⁴²²

Luís Mauro Sá Martino refere-se a essas tensões como resultado das lógicas próprias das instituições frente às lógicas da mídia. Para o autor, esse é o desafio para a midiatização das instituições religiosas e dele resultam uma série de questionamentos, como

⁴¹⁸ FIEGENBAUM, 2006, p. 26.

⁴¹⁹ FIEGENBAUM, 2006, p. 18.

⁴²⁰ FIEGENBAUM, 2006, p. 29.

⁴²¹ FIEGENBAUM, 2010, p. 35.

⁴²² FIEGENBAUM, 2010, p. 30

Em que medida uma instituição religiosa deve abrir mão de algumas de suas práticas para ter mais espaço na lógica da mídia? A estrutura de uma celebração – um culto evangélico ou uma missa católica – deve ser alterada para ficar mais adequada para transmissão via TV ou internet? Esse tipo de questão mostra a tensão que existe no processo de midiaticização das instituições religiosas. E não é só isso: até que ponto os processos sociais – como as práticas religiosas, por exemplo – mantêm suas características ao se relacionarem com as lógicas da mídia?⁴²³

Além disso, a noção de midiaticização protestante apresentada por Fiegenbaum já demarca uma característica particular do contexto. Principalmente se tomado como base um outro conceito de midiaticização, apresentado por Sá Martino, em que a midiaticização é definida como uma particularidade de “várias igrejas e grupos religiosos, nas quais práticas e modos de vivência da religião são alterados, repensados no contexto de uma sociedade na qual várias atividades cotidianas, de relacionamentos familiares e fora dele.”⁴²⁴ Ainda assim, qualquer instituição pode fazer uso de dispositivos midiáticos, na forma de meios, como resposta aos processos de midiaticização social, porém isso não faz dela uma instituição midiática. Para Fiegenbaum, a intenção das instituições protestantes é

ampliar o seu espaço de atuação social pela constituição dos seus próprios dispositivos, visando, assim, obter maior controle dos processos e, ao mesmo tempo, responder à concorrência de sentidos no mercado religioso. Por isso, mesmo que não se tornem instituições midiáticas, se midiaticizam.⁴²⁵

Além disso, em outro texto, o autor destaca exatamente essa diferença entre uma *instituição midiática* e uma *instituição não-midiática*. Uma instituição midiática tem “na comunicação, nos dispositivos midiáticos a sua razão de ser, a sua identidade, o seu fim, enquanto a Igreja, ainda que institua seus próprios dispositivos, os têm como meios para a consecução de seus objetivos sociais, para ofertar os seus valores à sociedade.”⁴²⁶

Ainda que seja possível falar da midiaticização de instituições não midiáticas, o modo como esse processo ocorre é dentro das lógicas do campo midiático. Portanto, se de um lado as instituições fazem uso de dispositivos midiáticos e submetem os mesmos aos seus sistemas de

⁴²³ MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo, SP: Paulus, 2016, p. 39.

⁴²⁴ MARTINO, 2016, p. 39.

⁴²⁵ FIEGENBAUM, 2010, p. 30.

⁴²⁶ FIEGENBAUM, Ricardo Zimmermann. SÃO OS GRUPOS MIDIÁTICOS HERDEIROS DA REFORMA? In: RIBEIRO, Claudio de Oliveira; ROCHA, Alessandro Rodrigues (org.). **Ecumenismo e reforma**. São Paulo: Paulinas, 2017. p. 275-289.

valor, de visibilidade e vínculos eclesiásticos, do outro as instituições midiáticas trabalham da direção contrária, subordinando tudo aos seus “regimes de operação em dispositivos.”⁴²⁷

No campo da comunicação, os dispositivos são compreendidos de três formas. A primeira está relacionada com a partilha do conhecimento. Já o segundo sentido, está relacionado às técnicas e tecnologias que são desenvolvidas e possibilitam a transmissão de conhecimento, portanto são mediadores. A terceira concepção está relacionada “à noção de linguagem ou discurso, ou seja, à ideia de produção, circulação e reconhecimento de sentidos”. Aqui é importante enfatizar que o termo ‘dispositivo’ é usado para fazer referência a um meio ou mídia, portanto uma forma de mediação da comunicação, capaz de gerar sentidos. Nas palavras de Fiegenbaum, “os dispositivos técnicos de mediação comportam-se como se fossem órteses ou próteses, substituindo o funcionamento e os órgãos sensoriais de percepção da realidade”.⁴²⁸

Fiegenbaum destaca que os dispositivos midiáticos condizem a todo o sistema que serve para a comunicação e que envolvem as complexas relações entre “produção, circulação e consumo e os dispositivos”. Nem sempre um dispositivo que serve para comunicação será midiático, mesmo assim ele pode ser utilizado por uma instituição religiosa. O autor complementa que

Nesta perspectiva, os dispositivos que servem à comunicação no âmbito das instituições não-midiáticas tanto podem ser seus documentos normativos e os cânones basilares autorreferenciais e que demarcam as fronteiras entre as instituições como, também, as suas formas simbólicas de distinção, ou seja, seus paramentos, vestes e símbolos identitários (logomarcas, arquitetura de seus espaços, etc.)⁴²⁹

Fiegenbaum propõe três categorias para análise dos processos midiáticos das instituições protestantes: valor, visibilidade e vínculo. O primeiro refere-se a “*uma consciência comum em torno de determinados bens pelos quais os indivíduos estão dispostos a sacrifícios e que, portanto, demandam determinadas regulações sobre a pragmática social daquele coletivo comungante*”. Portanto, são fundamentos existenciais que orientam princípios e normas institucionais e que procuram apontar para a unidade e identificação. Em relação a essa categoria, Fiegenbaum faz um alerta “uma instituição não-midiática jamais sacrificará seus valores em favor da obtenção da visibilidade ou do estabelecimento de vínculos visados sem

⁴²⁷ FIEGENBAUM, 2010, p. 35.

⁴²⁸ FIEGENBAUM, 2010, p. 30 – 40.

⁴²⁹ FIEGENBAUM, 2010, p. 48.

sacrificar-se a si mesmo como instituição.”⁴³⁰ Já a visibilidade implica nas ofertas e condições que possibilitam estabelecer conexões e vínculos no processo de comunicação. No contexto das instituições religiosas, elas mesmo são capazes de construir seus regimes de visibilidade, através dos ritos, das vestimentas, dos sinais, símbolos e discursos sagrados.⁴³¹ Por fim, o vínculo aponta para “às dinâmicas sociais de interação e reconhecimento, base constitutiva dos processos de socialização”, isto é, a dimensão antropológica da comunicação em que as operações permitem a construção de identidades e diferenças, mas que promovem a socialização.⁴³² De acordo com o autor,

[...] enquanto valor refere-se a uma consciência ou visão de mundo comum, e visibilidade a um modo de expressão de valores, vínculo é a categoria do conectivo, ou seja, aquilo para o qual tanto valor como visibilidade existem na relação e que implica num terceiro capaz de reconhecimento e de interação com os dois primeiros. Ou seja, a categoria do vínculo está na base dos processos comunicacionais e é aquela que dá sentido às duas primeiras.⁴³³

Tomando como base o exemplo das páginas da web das igrejas, o autor compreende que o sistema de valores que circula em tais páginas corresponde ao campo religioso e é perceptível de diferentes modos, como a logomarca da igreja, o nome e as notícias referentes ao protagonismo da igreja e sua membresia. A forma como esses valores são tornados visíveis (visibilidade), seja por imagens, textos e vídeos, repassam não apenas o conteúdo, mas oferecem uma possibilidade de estabelecer vínculos por meio da navegação na web. Portanto, muito mais do que uma vinculação ao site da instituição, a internet e os links possibilitam os vínculos ao sistema de valores da igreja promovido pelas páginas da web da instituição.⁴³⁴

De todo modo, as igrejas históricas, frente às novas religiosidades encontradas no espaço público midiático, que são “uma ameaça real de perda de seus fiéis para a concorrência”, buscam alternativas para preservar vínculos e promover sua visibilidade. Entretanto, para Fiegenbaum, se as instituições históricas basearem seus projetos de mídia partindo apenas da “simples utilização dos meios como instrumento para a evangelização”, sustentadas por um conceito de comunicação “como transmissão, ou o compromisso com a comunicação como uma interação dialógica entre sujeitos”, suas abordagens e tentativas serão insuficientes, uma vez que hoje a discussão é pautada por uma realidade de midiática

⁴³⁰ FIEGENBAUM, 2010, p. 56.

⁴³¹ FIEGENBAUM, 2010, p. 58.

⁴³² FIEGENBAUM, 2010, p. 60.

⁴³³ FIEGENBAUM, 2010, p. 60.

⁴³⁴ FIEGENBAUM, 2010, p. 61.

religiosa em que os processos midiáticos “se dão por meio de mediações midiáticas.”⁴³⁵ Portanto, o primeiro passo para analisar a realidade midiática da IECLB é buscar qual sua compreensão de comunicação e qual relação possui com diferentes tipos de mídias.

7.3 IECLB E COMUNICAÇÃO: UMA TEOLOGIA COMUNICACIONAL?

O uso de dispositivos comunicacionais pelas igrejas está relacionado aos processos de “escrituração das crenças” em detrimento das mitologias sistematizadas como indicadores de tradições místico-rituais, normas éticas e visões de mundo. Tomando como base a fé cristã, a fixação de crenças se dá a partir de duas tradições escritas, a judaica e a grega. Um exemplo disso é a predominância da escrita grega nas cartas paulinas e nos evangelhos, essa considerada uma tecnologia que não apenas descrevia eventos, mas possibilitava a reflexão. Com isso, Fiegenbaum quer apontar para como o conteúdo comunicado é capaz de ser condicionado pela tecnologia, e além disso, pode influenciar na nossa forma de pensar.⁴³⁶

Desse modo, o autor afirma que “os dispositivos que servem à comunicação das igrejas protestantes, portanto, são produto e produtores de uma teologia comunicacional” uma vez que não apenas o conteúdo do que é comunicado carrega uma certa visão de mundo, mas também a própria produção e circulação do conteúdo.⁴³⁷ O que pode-se questionar é em que medida realmente a relação das igrejas e sua posição quanto a comunicação são entendidas por elas mesmo como uma teologia comunicacional. É claro que as instituições buscam respaldo teológico em suas ações, o mesmo decorre no âmbito comunicacional, porém os avanços comunicacionais resultantes da sociedade midiática são muitos, de forma que vivenciamos a era da hipervelocidade. Nessa direção, questiona-se: será que a teologia comunicacional das igrejas protestantes, e aqui especificamente a IECLB, está atualizada e consegue dialogar com as novas mídias comunicacionais?

Assim, cabe primeiramente uma aproximação do que a instituição tem como base comunicacional e de que modo ela dialoga com a internet. É nesse sentido que Gomes aponta para a necessidade de “garimpar” a posição da IECLB em relação à comunicação. Uma vez que a bibliografia e o referencial estão estritamente relacionados com a mídia impressa e pouco é encontrado sobre a relação da instituição com a mídia.⁴³⁸

⁴³⁵ FIEGENBAUM, 2017, p. 279.

⁴³⁶ FIEGENBAUM, 2010, p. 49.

⁴³⁷ FIEGENBAUM, 2010, p. 49.

⁴³⁸ GOMES, 2010, p. 96.

Se Gomes, em sua obra sobre a Igreja Eletrônica, traz alguns apontamentos em relação a IECLB e a comunicação midiática, Fiegenbaum a aprofunda muito mais em sua pesquisa no campo das igrejas protestantes históricas. De tal modo que aborda em sua dissertação especificamente a IECLB e sua relação com a mídia impressa⁴³⁹ e a em sua tese amplia a pesquisa ao campo de outras igrejas históricas, mas faz da IECLB objeto de pesquisa numa relação com diferentes instituições midiáticas como jornal, revistas e *website*.⁴⁴⁰

A relação da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB), que se define como “uma denominação protestante de doutrina luterana no Brasil”, com as mídias, em especial a internet, é o foco principal da pesquisa. Sua origem e história estão intimamente ligadas à imigração de alemães luteranos para o país no século XIX, principalmente na região sul do país. Na década de 70, a mesma relação migratória e expansão é percebida, mas agora para outras áreas do país, a partir de “sulistas e capixabas luteranos”.⁴⁴¹ Embora tenha uma grande marca histórica, a IECLB como instituição tem sua origem em 1968, a partir da união de diferentes sínodos existentes no Brasil com ligação ao luteranismo e protestantismo de imigração alemã. Por isso, todas as reflexões que encontramos no contexto da IECLB em relação a comunicação são posteriores e bem mais recentes.

A IECLB faz parte do grupo chamado de Igrejas Históricas e possui “longa tradição do discurso e da escrita”, por isso, por um bom tempo valorizou a imprensa. Reconhecidamente é uma igreja que sustenta sua confessionalidade e seus posicionamentos por meio de documentos escritos. Para Gomes, essa é uma das razões que faz com que ela não se sinta tão à vontade no ambiente eletrônico e tenha dificuldade em se estabelecer frente às lógicas midiáticas.⁴⁴² Além disso, em 2010, data da publicação de sua obra, o autor enfatiza que a instituição “não obstante o fato de ter trabalhado com rádio e escrito documentos sobre comunicação, tem centrado a sua ação na mídia impressa”. Porém, pouco há, especificamente, sobre o trabalho midiático na instituição, tanto que Gomes faz referência a necessidade de que isso ainda seja garimpado em novas pesquisas.⁴⁴³

No site da instituição, luteranos.com.br, encontramos algumas menções à comunicação. A partir do *hyperlink* “Diversidade”, clicando em “Diversidade na Comunicação”, acessamos

⁴³⁹ FIEGENBAUM, 2006.

⁴⁴⁰ FIEGENBAUM, 2010.

⁴⁴¹ GOMES, 2010, p. 110.

⁴⁴² GOMES, 2010, p. 26.

⁴⁴³ GOMES, 2010, p. 96.

a página que procura interligar as diferentes mídias em que a IECLB se encontra.⁴⁴⁴ Portanto, estão ali links que nos levam até entrevistas, a programas de rádio⁴⁴⁵, a diferentes jornais vinculados aos sínodos instituição⁴⁴⁶ e ao aplicativo de smartphone lançado pela IECLB⁴⁴⁷, assim como também direciona para diferentes veículos que, durante o período mais crítico da pandemia de COVID-19, as comunidades e sínodos utilizaram como meio de transmissão de mensagens⁴⁴⁸. Além disso, nessa homepage da comunicação da instituição há diferentes links que nos conduzem a outros materiais, entre os pontos incluídos no hiperlink “Ênfases” constam os seguintes títulos: “Deus se comunica”⁴⁴⁹; “Jornal Evangélico Luterano”⁴⁵⁰; “Palavra inicial”⁴⁵¹; “Redes sociais”⁴⁵²; “Canal YouTube”⁴⁵³; e “Portal Luteranos”⁴⁵⁴. Cada qual aponta, de certo modo, para uma justificativa e para a direção da igreja em relação a comunicação em sua especificidade.

Entretanto, a direção comunicacional da IECLB é apontada em outros links do site, juntamente com a Missão e Documentos Normativos. De certo modo, isso já aponta para algumas características do entendimento da comunicação dentro da instituição, como parte de sua missão e de um modo normativo. Contudo, encontrar as diretrizes a partir do site é uma tarefa árdua e somente foram encontradas por meio do buscador do próprio site, outra

⁴⁴⁴ IECLB. **Comunicação**. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/organizacao/comunicacao> Acesso em: 28 de fev. 2023.

⁴⁴⁵ IECLB. **Programas de rádios**. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/noticias/comunicacao/programas-de-radios> Acesso em: 28 fev. 2023.

⁴⁴⁶ IECLB. **Jornais no âmbito da IECLB**. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/noticias/comunicacao/jornais-no-ambito-da-ieclb> Acesso em: 28 fev. 2023

⁴⁴⁷ IECLB. **IECLB lança aplicativo para smartphone**. 2021. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/noticias/comunicacao/ieclb-lanca-aplicativo-para-smartphone> Acesso em: 28 fev. 2023

⁴⁴⁸ IECLB. **Transmissão de culto e mensagens em tempos de coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/noticias/comunicacao/transmissao-de-cultos-e-mensagens-em-tempos-de-coronavirus> Acesso em: 28 fev. 2023.

⁴⁴⁹ IECLB. **Deus se comunica com a humanidade**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/deus-se-comunica-com-a-humanidade-2. Acesso em: 28 fev. 2023.

⁴⁵⁰ IECLB. **Jornal Evangélico Luterano**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/jornal-evangelico-luterano-1 Acesso em: 28 fev. 2023.

⁴⁵¹ IECLB. **Comunicação na IECLB – uma palavra inicial**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/comunicacao-na-ieclb-uma-palavra-inicial Acesso: 28 fev. 2023.

⁴⁵² IECLB. **A IECLB nas Redes Sociais**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/a-ieclb-nas-redes-sociais Acesso em: 28 fev. 2023

⁴⁵³ IECLB. **Canal no Youtube**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/canal-no-youtube Acesso em: 28 fev. 2023

⁴⁵⁴ IECLB. **Portal Luteranos**. 2023. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/>. Acesso em: 19 jun. 2023.

alternativa é através de buscador externo. Duas páginas publicadas no site apresentam a direção da comunicação, o primeiro documento, “Diretrizes para a comunicação na IECLB”, foi aprovado pelo Conselho Diretor em março de 1994.⁴⁵⁵ O segundo faz parte da segunda fase do Plano de Ação Missionária, o PAMI, publicado em 2008, que baliza os planejamentos missionários das comunidades, dos sínodos e da instituição.⁴⁵⁶

Vale destacar que Fiegenbaum aponta para o mesmo documento de diretrizes da comunicação, mas datando-o em 1970, além disso faz uma análise de um documento “Políticas de comunicação – algumas sugestões”, um relatório encomendado pelo Conselho Nacional de Comunicação da Instituição e divulgado em 2006. Buscando no site da instituição não foi encontrado o relatório citado, felizmente o autor traz o relatório nos anexos de sua tese.⁴⁵⁷ De todo modo, tomar conhecimento e aproximar-se destes documentos é importante para compreender a forma como a instituição pensa a comunicação e o uso das mídias.

Outro documento que, de certo modo, apresenta a realidade da instituição frente às mídias e suas atividades na área da comunicação, são os relatórios produzidos para os concílios realizados na igreja a cada dois anos. Para abordar um período mais curto, mas que contemple o efeito provocado pela pandemia nas atividades comunicacionais da igreja, nos concentramos nos relatórios da área produzidos nos concílios de 2018, 2020 e 2022.

7.3.1 A comunicação: documentos, fundamentações e proposições

O documento “Diretrizes para a Comunicação na IECLB” está estruturado em quatro pontos. O primeiro é denominado “Política de Comunicação na IECLB” e aponta o terceiro (3º) artigo da constituição da instituição como base para sua política comunicacional. Neste artigo, afirma-se que “a IECLB tem por fim e missão propagar o Evangelho de Jesus Cristo e estimular a vida evangélica em família e sociedade, bem como participar do testemunho do Evangelho em todo o mundo.” O segundo, traz uma fundamentação bíblica-teológica para a política de comunicação. Enfatiza-se, neste ponto, a comunicação à luz da fé como “a história da caminhada de Deus com os seres humanos”. Além disso, Deus se comunica de muitas formas, como através de profetas, anjos (Lc 2.9ss) ou pessoas (Jr 1.9s). Contudo, "o maior ‘ato

⁴⁵⁵ IECLB. **Diretrizes para a comunicação na IECLB**. 1994. Disponível em:

https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/governanca-suporte-normativo/diretrizes-para-a-comunicacao-na-ieclb Acesso em: 28 fev. 2023.

⁴⁵⁶ PINTO, Homero Severo. IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. **Missão de Deus, nossa paixão**: texto-base para o Plano de Ação Missionária da IECLB 2008-2012. São Leopoldo: Sinodal, 2008. 82 p.

⁴⁵⁷ FIEGENBAUM, 2010, p. 199.

comunicacional' de Deus é a encarnação do Verbo”, portanto Jesus Cristo que “é o próprio conteúdo, o próprio método, a própria pedagogia da comunicação de Deus”. Já o Espírito Santo nos possibilita compreender a linguagem de Deus⁴⁵⁸. O segundo ponto ainda afirma

Pessoas são chamadas e enviadas para anunciar a Boa-Notícia (Jô 17.18; Rm 10.13s; Ef 6.10-19), a comunicar o Evangelho. A fé cristã, pois, é impossível sem a comunicação, pois ela supõe não apenas uma comunicação de Deus como é de sua essência ser uma resposta a essa comunicação. Fé, portanto, essencialmente, é fenômeno comunicacional.

Assim, se a Igreja mesma, em si, não for comunicação, torna-se ineficaz e: “Se o sal perder a sua força... melhor que seja lançado fora e pisado pelos homens” (Mt 5.13).

O terceiro ponto do documento traz uma lista de seis características da comunicação da instituição que indicam “princípios, pressupostos, práticas e resultados”⁴⁵⁹. Na continuidade, o quarto ponto aborda os objetivos em nove tópicos, sendo eles: o testemunho e divulgação do evangelho, convite à vida comunitária, divulgar a identidade da igreja, promoção de vida digna, convite a reflexão crítica a partir da ética cristã, promoção do ecumenismo, formação de ministros (as) e pessoas nas comunidades com foco na comunicação, dialogar com outras áreas da comunicação e promover a participação comunitária dos veículos de comunicação existentes.⁴⁶⁰

Fiegenbaum, em sua análise do documento, enfatiza que, pensando de uma perspectiva da midiaticização, “o documento oficial da igreja está na sua maior parte à margem dos processos de midiaticização como fenômeno da sociedade”, de tal modo que não consta qualquer referência a algum dispositivo midiático ao longo do documento. O que está destacado é o lado constitutivo do ser humano como ser comunicacional e que estabelece relações, tanto a nível pessoal como institucional. Além disso, “o documento elabora uma ‘teologia da comunicação’, que redundando em uma ‘eclesiologia’ comunicacional”, ambas enfatizam a inexistência de uma igreja sem comunicação. Entretanto, a comunicação é tomada a partir de um ponto amplo, de forma que sua política é resumida ao terceiro artigo da instituição, corroborando com a visão missionária da mesma.⁴⁶¹

⁴⁵⁸ IECLB. **Diretrizes para a comunicação na IECLB**. 1994. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/governanca-suporte-normativo/diretrizes-para-a-comunicacao-na-ieclb Acesso em: 28 fev. 2023.

⁴⁵⁹ FIEGENBAUM, 2010, p. 200.

⁴⁶⁰ IECLB. **Diretrizes para a comunicação na IECLB**. 1994. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/governanca-suporte-normativo/diretrizes-para-a-comunicacao-na-ieclb Acesso em: 28 fev. 2023.

⁴⁶¹ FIEGENBAUM, 2010, p. 201.

Por fim, os três pontos finais trazidos nos objetivos dimensionam uma possibilidade de abertura a novas estratégias midiáticas, quando afirma a necessidade de investir em formação para “diferentes áreas da comunicação”, diálogo com profissionais da área comunicacional e, por fim, “promover a participação comunitária na gestão dos seus veículos de comunicação”. Para Fiegenbaum, esses três pontos indicam “que há um processo tênue de midiatização da igreja em curso”, porém ela não deixará seduzir pelo conjunto das práticas midiáticas. O autor chama atenção para o fato de que o documento datado de 1970 contempla os anos subsequentes que trouxeram inúmeros fenômenos no campo midiático⁴⁶², contudo, vale ressaltar que a versão encontrada no site e datada de 1994 não incorpora nenhuma alteração de conteúdo ou na direção das mudanças já ocorridas no espaço de tempo.

Na tentativa de seguir uma sequência histórica, e com isso a busca por alguns avanços em relação à temática, o segundo documento para ser analisado é trazido por Fiegenbaum em sua tese de doutorado, denominado “Políticas de comunicação – algumas sugestões”, datado de 2006. Neste documento, que na verdade trata-se de um relatório elaborado pelo então Conselho Nacional de Comunicação (Conac) da instituição, demonstra, em seis pontos, que, enquanto alguns aspectos da comunicação tornaram-se secundários, as preocupações com a midiatização passaram a ser vistas com relevância. Em relação ao aspecto da midiatização, o documento apresenta a necessidade de buscar estratégias, contudo o foco principal permanece na comunicação não-midiática, ou seja, nos aspectos e desafios da comunicação interna. De todo modo, faz referência a necessidade de “marcar a identidade da IECLB em todos os produtos de comunicação” e assume que meios de comunicação de massa encontrados nas diferentes cidades devem ser buscados e utilizados pela instituição, além disso o documento incentiva a criação de rádios e TVs comunitárias.⁴⁶³

O que fica claro no documento é o aspecto instrumental dos dispositivos midiáticos em prol das estratégias missionárias da igreja. Outro aspecto muito enfatizado no documento é a busca por uma identidade e pela promoção da mesma enquanto igreja, frente ao mercado religioso.⁴⁶⁴ Finalizando sua análise do documento, Fiegenbaum aponta que

observa-se uma alteração substantiva na concepção de comunicação expressa nos dois documentos, partindo de uma abordagem fundamentalmente ontológica, teológica e eclesiológica de comunicação, sumamente expressa no Documento da Política de Comunicação da IECLB, para uma abordagem bem mais performática da comunicação, destacando-se as questões que envolvem os novos desafios que a

⁴⁶² FIEGENBAUM, 2010, p. 202.

⁴⁶³ FIEGENBAUM, 2010, p. 202.

⁴⁶⁴ FIEGENBAUM, 2010, p. 203.

mediatização coloca, os quais requerem, inclusive, assumir a existência de uma cultura comunicacional ou a necessidade de ela existir.⁴⁶⁵

A terceira publicação da IECLB que tematiza a comunicação, explora principalmente a importância dela para a missão da igreja e encontra-se no capítulo 11 do ‘Plano de Ação Missionária da IECLB – texto base.’ Da mesma forma que as diretrizes para a comunicação, ele explora a tarefa primordial, existencial e essencial da comunicação para a igreja. Aliás, o texto inicia afirmando que “comunicar não é um problema para a igreja”. Em seguida, o texto traz uma problematização da comunicação decorrente de tecnologias e processos comunicacionais em relação a comunicação clássica das instituições, ele afirma ⁴⁶⁶

É que a nossa comunicação pessoal, face-a-face, comunitária, familiar, cotidiana é atravessada por um outro tipo de comunicação, uma comunicação que, às vezes, até atrapalha a nossa comunicação mais fundamental e próxima. É a comunicação monopolizada pelas tecnologias aplicadas a processos comunicacionais, desde o inocente telefone até o mundo da internet, passando pelo rádio, pela TV, pelo jornal, entre tantas formas de comunicação à distância. É aí que comunicar passa a ser problema para a igreja.⁴⁶⁷

Na continuidade, afirma-se que “os meios de comunicação – a mídia, como genericamente denominamos esse universo de tecnologias, meios e linguagens que atravessam o nosso dia-a-dia – mudam o modo de interagirmos com outras pessoas, no tempo e no espaço.”⁴⁶⁸ Aqui, podemos ter uma ideia melhor da posição da instituição frente ao uso midiático, um certo receio frente a mídias que não podem ser definitivamente controladas, afinal possuem suas próprias lógicas que “atrapalham” o jeito tradicional de comunicar da igreja.

Ao mesmo tempo, o texto aponta que nem “todos os meios de comunicação atrapalham a nossa comunicação”, isso é trazido para lembrar a tradição escrita e como a “tradição luterana nos ajuda quando vamos imprimir jornais, revistas e livros”. Essa relação de proximidade com as mídias impressas é atribuída à herança luterana, uma vez que “a Reforma de Martin Lutero avançou na Europa graças à imprensa.” Nessa direção, também é trazida uma análise de contexto em que constata-se que além de haver muitas pessoas alfabetizadas e letradas, também há uma grande quantidade que está assistindo mais televisão, ouvindo rádio e, poderíamos acrescentar, conectadas à internet. Em relação ao mundo multimídia, o texto afirma que “há

⁴⁶⁵ FIEGENBAUM, 2010, p. 203 – 204.

⁴⁶⁶ PINTO, 2006, p. 67.

⁴⁶⁷ PINTO, 2006, p. 68.

⁴⁶⁸ PINTO, 2006, p. 68.

muita igreja que tira proveito porque nasceu nesse mundo” e atribui ao fato da proximidade luterana com a escrita, portanto, um outro tempo, a razão para as dificuldades de comunicação existentes.⁴⁶⁹

O que fica claro na continuidade do documento é a compreensão da comunicação no horizonte missionário com três objetivos: difundir valores, obter visibilidade e estabelecer vínculos. Portanto, a ação missionária prescinde de uma boa comunicação, como forma de anunciar o evangelho e todo o conjunto que permeia a ação da igreja. Embora a mídia seja considerada uma alternativa para a comunicação, apresenta-se uma crítica às "religiosidades midiáticas" que contagiam e estabelecem um tipo de adesão por consumo, mas não promove um compromisso institucional.⁴⁷⁰ Assim afirma o documento

A ação comunicativa pode ser mediada pela mídia. Quando utilizamos os meios de comunicação para anunciarmos o evangelho, nossos objetivos missionários (valor, visibilidade e vínculo) permanecem os mesmos, mas o modo de interação se modifica. Geralmente, damos ênfase à mensagem, ao conteúdo, ou seja, aos nossos valores. Às vezes, conseguimos dar visibilidade à nossa igreja, falando das coisas que fazemos. O tipo de vínculo que se estabelece se modifica porque não está mais em jogo o vínculo com a comunidade de fé, mas com aquele tipo de mídia (ou seja, com um programa de rádio, uma coluna de jornal, etc.).

O PAMI de 2006 é enfático quanto a importância da comunicação, mas demonstra claramente a preferência por uma comunicação comunitária. Não exclui a possibilidade da comunicação midiática, mas atribui a ela a ideia de que esta deve se interrelacionar com o aspecto comunitário na proposição de estratégias missionárias. Ele aponta a necessidade de trabalhar de forma múltipla com os meios de comunicação, uma vez que “o uso de um meio de comunicação pode ser mais eficaz com um tipo de público do que com outro. Daí a importância estratégica de fazer circular por diferentes meios a mesma mensagem.”⁴⁷¹

Em seu comentário final, o documento traz uma reflexão sobre os meios de comunicação como instrumentos que podem ser usados de forma a promover a paz e a tolerância, como também podem incitar o contrário, quando diz “assim como podem servir para a glória de Deus, podem inflar a vanglória humana”. Por isso, propõe a análise do famoso quadro de Lukas Cranach, em que Lutero está no púlpito e aponta para o Cristo crucificado. De acordo com o PAMI, “a imagem nos diz que não é Lutero nem o púlpito – não é o comunicador (pastor, leigo ou quem quer que seja) nem os meios de comunicação, - mas o Cristo, crucificado e ressurreto,

⁴⁶⁹ PINTO, 2006, p. 68 - 69.

⁴⁷⁰ PINTO, 2006, p. 70.

⁴⁷¹ PINTO, 2006, p. 70

que ocupa o centro de nossas estratégias missionárias e comunicacionais.”⁴⁷² De todo modo, o documento ressalta a visão instrumental dos meios de comunicação e apresenta aquilo que Fiegenbaum já apontava, uma certa relação crítica com os meios midiáticos, demonstrando uma possível marca do pensamento Teórico Crítico.

Ao mesmo tempo, pode-se perguntar quanto a missão da igreja diante de novos tempos, ainda mais marcados pela comunicação mediada através da internet. Não seria importante, diante deste recurso que rapidamente se popularizou e oportuniza a convergência de todas as mídias e que é usado por tantas instituições religiosas midiáticas, uma presença luterana de forma mais intensa e que procure justamente apontar qual a razão da missão da igreja também no ambiente *online*? Em meio a um cenário de mercado religioso, não caberia a instituição uma imersão no universo midiático para justamente apontar para o verdadeiro centro do evangelho? Nessa direção, Luiz Carlos Ramos explora a necessidade da teologia protestante diante de novos horizontes homiléticos frente ao que chama de “Idade Mídia” e convida a uma resistência.

Em resistência à homilética espetacularizada a serviço do mercado, cujo deus é o mercado e o messias, o lucro, o maior desafio para a pregação da igreja do futuro será permanecer fiel ao que Paul Tillich chamou de princípio protestante (vd. TILLICH, 1977), i.e., a Teologia da Graça. Dois mil anos de cristianismo não foram suficientes para construir uma cultura da Graça; ao contrário, neste ponto, a missão dos cristãos foi um tremendo fracasso. O que impera é o preço. Nunca os protestantes, no sentido literal do termo, foram tão necessários como agora. A homilética da igreja do futuro deverá ser mais protestante do que nunca, para confrontar os abusos da religião espetacular e sua desenfreada comercialização de indulgências cibernéticas e tecnológicas.⁴⁷³

Nesse sentido, é interessante destacar o tema do ano da igreja de 2015 com foco na comunicação. Intitulado “IGREJA DA PALAVRA- chamad@s para comunicar”, o tema convidava a refletir, a partir do lema bíblico de Lucas 24.17 - “Então, Jesus perguntou? Sobre o que vocês estão conversando pelo caminho”. A mensagem de lançamento, assinada pelo então pastor presidente Dr. Nestor Friedrich, convidava a igreja a avançar em direção a uma comunicação que “favoreça o ouvir atento e a compreensão, com profundidade, do que se passa no coração das pessoas.” Além disso, o texto indicava as diferentes frentes que o tema do ano procurava motivar as comunidades da igreja. Entre essas frentes, uma se destaca, quando afirma que o tema e lema “permitem sairmos de trás da cortina e usarmos melhor as nossas fachadas de templos, bem como os meios impressos e eletrônicos, como as nossas páginas na Internet,

⁴⁷² PINTO, 2006, p. 73.

⁴⁷³ RAMOS, Luiz Carlos. A pregação na idade humana: horizontes homiléticos para a igreja do futuro. **Tear Online**: liturgia em revista, São Leopoldo, v.1, n.2 , p. 40-47, 2012. Disponível em: <http://periodicos.est.edu.br/index.php/tear/article/view/441/457>

além dos audiovisuais, para que as pessoas vejam e sintam a presença da IECLB por este Brasil afora”. Portanto, há uma menção específica ao uso das páginas da internet e diferentes possibilidades midiáticas, como os recursos audiovisuais.⁴⁷⁴

Mais recentemente, em 2018, em seu XXXI Concílio, ocorrido na cidade de Curitiba/PR, a IECLB aprovou cinco metas missionárias com o intuito de apontar as áreas prioritárias e os objetivos, tanto em nível nacional, sinodal e local, no período de 2018-2024. Essas metas missionárias são fruto de uma reflexão que remonta o Fórum Nacional de Missão da IECLB, ocorrido em São Leopoldo no ano de 2017, que trabalhou a partir do lema “Por uma Igreja de Comunidades mais atrativas, inclusivas e missionárias”.⁴⁷⁵ Entre as metas, encontramos referências à comunicação e às mídias sociais na primeira, segunda e quinta meta missionária.

A primeira meta missionária busca “uma igreja que valoriza o sacerdócio geral, capacita as pessoas e aprofunda a fé para seu testemunho na Igreja e no mundo” e está subdividida em três áreas de atuação: educação cristã contínua (ECC), formação ministerial e sacerdócio geral de todas as pessoas crentes. É no ponto sobre ECC que a menção ao uso das mídias e diferentes canais de comunicação é encontrada como um quarto objetivo, quando afirma a necessidade de “fomentar o uso de mídias e diferentes canais de comunicação na formação, na articulação e na publicação de materiais de educação cristã.”⁴⁷⁶

Já a segunda meta missionária visa “uma Igreja aberta que proclama o Evangelho contextualizado em favor de todas as pessoas e da Criação de Deus” e suas prioridades de ação estão divididas em: culto e comunicação, renovação e fortalecimento da evangelização e novas áreas de missão. Portanto, traz claramente a menção à comunicação e em sua primeira prioridade, culto e comunicação, aponta como um segundo e terceiro objetivo “aprimorar as habilidades de comunicação” e “qualificar o uso de novos meios de comunicação”.⁴⁷⁷

Um ponto que chama atenção nesta meta é que ao mesmo tempo em que estabelece como objetivo “implementar e zelar pelo uso da liturgia da IECLB” também coloca como possibilidade “admitir oficialmente novos experimentos litúrgicos, isso em diálogo com Pastor/Pastora Sinodal e na divulgação dos resultados, sempre zelando pela unidade da Igreja”,

⁴⁷⁴ FRIEDRICH, Nestor. **Presidência IECLB nº 233368/14** - Mensagem da Presidência para o lançamento do Tema do Ano 2015. Porto Alegre: IECLB, 2014. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/conteudo/mensagem-da-presidencia-para-o-lancamento-do-tema-do-ano-2015-2> Acesso em: 04 mar. 2023.

⁴⁷⁵ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. **Metas missionárias 2019-2024**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2019, p. 5.

⁴⁷⁶ IECLB, 2019, p. 7.

⁴⁷⁷ IECLB, 2019, p. 9.

ou seja, a preocupação com a unidade da igreja é primordial para qualquer iniciativa missionária. Ao mesmo tempo, o reconhecimento da necessidade da renovação e do fortalecimento da evangelização de novas áreas de missão deixa a porta aberta para uma inserção mais ampla em meios pouco utilizados até então, portanto, podemos citar a própria internet. Isso pode ser apontado, principalmente, à medida em que se afirma o desejo de promover novas formas de evangelização que sejam “relevantes, eficazes e contextualizadas”.

Além disso, chama a necessidade de “fortalecer a ação missionária entre o público que mais decresce na IECLB: jovens e pessoas entre 30 e 59 anos.”⁴⁷⁸ Outro indicativo, relacionado às novas áreas de missão, também podem nos indicar a internet. Uma vez que a tarefa missionária da Igreja também é ir onde as pessoas estão, dialogar com o que elas estão vivendo e fazendo uso diário. Daí a razão de reconhecer na internet, muito além de um meio de transmissão, mas também como um lugar existencial e vivencial, portanto um lugar social que a igreja pode e deve também ocupar.

É mais ou menos nessa direção que a quinta e última meta missionária é apresentada no documento, pois estabelece como meta ser “uma Igreja sinodal bem conduzida, democrática, transparente, conectada e sustentável”. Como prioridades de ação são colocadas a Estrutura e Governança, Recursos para a missão e, por fim, a Comunicação. Desse modo, a comunicação está colocada dentro das metas missionárias, mas novamente dentro daqueles padrões dispostos nos documentos anteriores, que apontam mais para uma comunicação interna não-midiática e que ao mesmo tempo busque a “promoção da sua visibilidade pública, do estabelecimento de vínculos e difusão dos seus valores”. Nessa perspectiva o documento estabelece quatro objetivos

1. Potencializar uma comunicação que expresse a mensagem do Evangelho na perspectiva da confessionalidade luterana
2. Oportunizar uma comunicação fluida e recíproca, capaz de receber e entregar informações e conteúdos.
3. Reforçar a comunicação que promova a consciência comunitária.
4. Ampliar e fortalecer os meios e redes de comunicação com vistas à missão da IECLB.⁴⁷⁹

Por fim, a IECLB compreende que a missão é desempenhada a partir de quatro dimensões: Evangelização, Comunhão, Diaconia e Liturgia, que estão interligadas por eixos

⁴⁷⁸ IECLB, 2019, p. 9.

⁴⁷⁹ IECLB, 2019, p. 15.

transversais que visem a formação, a sustentabilidade e a comunicação. A comunicação, novamente numa perspectiva de ações que “contribuem para a promover a visibilidade pública da igreja, estabelecer vínculos e difundir valores.”⁴⁸⁰

É claro que os documentos trazidos até então abordam os problemas e as sugestões diante de seus respectivos contextos e não poderiam imaginar uma realidade em que o jeito tradicional de comunicar luterano, o comunitário, fosse impossibilitado em razão de uma pandemia que exigiu o distanciamento social. É justamente por isso, que mais adiante vamos analisar os relatórios conciliares dos últimos três concílios, em que a questão da comunicação frente ao cenário de isolamento é respondida com uma verdadeira imersão das comunidades, sínodos e da própria sede da igreja no ambiente *online*. Primeiro, cabe-nos tomar conhecimento da relação da instituição com algumas mídias específicas.

7.4 IECLB E SUA RELAÇÃO COM AS MÍDIAS: ALGUNS EXEMPLOS

Gomes afirma que “não importa a postura que cada Igreja assuma, a dimensão da midiática da sociedade coloca-lhes desafios”.⁴⁸¹ Poderíamos ir além e afirmar que, cedo ou tarde, esses desafios vão se transformar em necessidades ou que a abertura e a mudança de postura se tornará imprescindível para a própria tarefa de comunicar o evangelho.

Além disso, de acordo com o autor, o fato da instituição ressaltar e valorizar a “palavra, especialmente dos Evangelhos” explica de certo modo a “ligação que a instituição passou a ter com os meios impressos”.⁴⁸² Inclusive, esta seria uma das razões apontadas pelo autor para a inibição da IECLB no uso de mídias eletrônicas. Uma segunda razão estaria na própria política comunicacional diretamente ligada “à sua doutrina religiosa”.⁴⁸³ E de fato, conforme apontado anteriormente, a própria IECLB afirma a sua facilidade e relação com a imprensa, e sua dificuldade em se comunicar de outros modos. Ainda assim, a instituição procura, dentro de suas características e de sua proposta, fazer uso de diferentes meios midiáticos. O objetivo agora é apresentar algumas de suas iniciativas em relação aos impressos e as rádios, pois a IECLB, composta por 18 sínodos espalhados pelo Brasil, “possui os jornais sinodais e procura assegurar um espaço nas emissoras radiofônicas locais”.⁴⁸⁴

⁴⁸⁰ IECLB, 2019, p. 16 – 17.

⁴⁸¹ GOMES, 2010, p. 27.

⁴⁸² GOMES, 2010, p. 123.

⁴⁸³ GOMES, 2010, p. 123.

⁴⁸⁴ GOMES, 2010, p. 122.

7.4.1 Impressos

A relação da IECLB com a imprensa é histórica. É assim que a própria instituição a compreende, na medida em que atribui à tradição luterana sua facilidade e proximidade à comunicação escrita, isso significa “imprimir jornais, revistas e livros.”⁴⁸⁵ Inclusive, essa tradição levou a criação de uma editora, a Editora Sinodal, que possui quase um século de história. Huberto Kirchheim, em razão dos 70 anos de fundação da mesma, na função de pastor presidente da IECLB, escreveu o seguinte

A palavra impressa é a forma de comunicação que acompanha o luteranismo desde sua origem. Na Reforma de Martin Lutero, no século 16, esta forma de comunicação teve papel decisivo. Os panfletos impressos contendo os principais temas da Reforma constituíram-se no mais moderno e ágil meio de comunicação na época. Isso, juntamente com a divulgação da Bíblia na língua do povo, surtiu resultado extremamente positivos no andamento da Reforma. Como se sabe, ela foi marcante também na história da humanidade.⁴⁸⁶

Justamente nessa direção histórica com a mídia impressa que a IECLB sustentou seu trabalho midiático por meio de jornais, publicações e revistas. O principal meio foi o Jornal Evangélico, o JOREV, que tinha como objetivo, além de ser o jornal nacional da instituição, “ser uma ferramenta de integração, fortalecimento e motivação de lideranças e Comunidades por meio da informação e de uma comunicação afirmativa, construtiva e voltada para o cumprimento da missão da Igreja.”⁴⁸⁷

Fiegenbaum explora toda a história e as problemáticas em torno do JOREV. Com o objetivo de ser o jornal nacional da instituição e com vistas à sustentabilidade, ele nasce da fusão de dois órgãos de imprensa existentes, no sínodo catarinense e gaúcho.⁴⁸⁸ Contudo, não conseguiu extinguir por completo os jornais regionais ou sinodais devido, principalmente, a conflitos em relação à linha editorial do jornal. Desde 1985 a então Região Eclesiástica II lança seu próprio jornal: *O caminho* que até hoje segue sendo publicado através da parceria dos sínodos Vale do Itajaí, Norte Catarinense e Paranapanema.⁴⁸⁹

Sem dúvida a história do JOREV é muito mais rica e Fiegenbaum expõe de forma muito elucidativa os conflitos entre o campo midiático e o campo religioso dentro da formatação do

⁴⁸⁵ PINTO, 2006, p. 68.

⁴⁸⁶ EDITORA Sinodal: **70 anos a serviço da palavra**. São Leopoldo: Sinodal, 1997. 95 p

⁴⁸⁷ IECLB (Porto Alegre). **Jornal Evangélico Luterano**: objetivo. Objetivo. 2023. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/jorev/objetivo>. Acesso em: 05 mar. 2023.

⁴⁸⁸ FIEGENBAUM, 2006, p. 111.

⁴⁸⁹ FIEGENBAUM, 2006, p. 132.

jornal. No Portal Luterano é possível encontrar um vasto conteúdo histórico sobre o centenário da imprensa evangélica luterana no Brasil.⁴⁹⁰ Em contato com a Coordenação Nacional da Comunicação da IECLB, foi informado que atualmente o JOREV conta com 679 assinantes. Diante das 628.557 pessoas que fazem parte da IECLB, segundo dados obtidos no relatório do Concílio de 2022, pode-se dizer que 0,1% da membresia assina e recebe os exemplares do principal jornal da instituição.

Hoje, acessando o site, é possível encontrar a última edição datada de abril e maio de 2022⁴⁹¹. Em compensação, o Portal Luteranos traz todos os jornais e informativos publicados nos sínodos, são eles: O Caminho – Sínodo Vale do Itajaí, Norte Catarinense e Paranapanema; O Planalto – Sínodo Planalto Rio-Grandense; O Semeador – Sínodo Espírito Santo a Belém; O Sínodo – Sínodo Noroeste Riograndense; Partilha – Sínodo Rio Paraná; Sinos da Comunhão – Sínodo Rio dos Sinos; Jornal do Sínodo Uruguai – Sínodo Uruguai; e dois jornais comunitários: Joinville Luterano – Comunidade Evangélica de Joinville/SC e Jornal da Reconciliação – Paróquia Matriz – Porto Alegre/RS.⁴⁹²

Na mesma linha da imprensa, outro órgão de comunicação da IECLB foi a Revista NOVOLHAR que esteve em circulação de 2003 até dezembro de 2016. De acordo com o Portal Luteranos a revista “abordou temas atuais, sendo fonte de informação e formação” e foi distribuída e editada pela Editora Sinodal.⁴⁹³

7.4.2 Rádios

Alguns autores fazem referência à relação da religião com a mídia com uma abordagem desde a oralidade, até a escrita e técnicas de impressão em massa. Pedro Gomes limita-se, em um primeiro momento, a um passado bem mais recente, quando afirma que “remonta o surgimento do rádio no início do século XX e da televisão, em meados do mesmo século”.⁴⁹⁴

⁴⁹⁰ IECLB (Porto Alegre). **Jornal Evangélico**: Um Século de história da Nossa Imprensa. 1988. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/um-seculo-de-historia-da-nossa-imprensa Acesso em: 02 jun. 2023.

⁴⁹¹ IECLB (Porto Alegre). **Jornal Evangélico Luterano - Ano 51 - Nº. 858 - Abril e Maio 2022**. 2023. Disponível em: ECLB (Porto Alegre). Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/conteudo/jornal-evangelico-luterano-ano-51-n-858-abril-e-maio-2022> Acesso em: 02 jun. 2023.

⁴⁹² IECLB (Porto Alegre). **Jornais publicados no âmbito da IECLB**. 2023. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/jornais/jornais-publicados-no-ambito-da-ieclb Acesso em: 05 mar. 2023.

⁴⁹³ IECLB (Porto Alegre). **Revista Novolhar**. 2017. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/revista-novolhar-31694 Acesso em: 05 mar. 2023.

⁴⁹⁴ GOMES, 2010, p. 16.

Para a IECLB, os programas de rádio em emissoras locais são considerados “um importante veículo de levar a mensagem à comunidade.”⁴⁹⁵ Conforme já apontado nos documentos e intenções da igreja, a presença nas diferentes rádios locais é considerada um meio importante e de aproximação com as pessoas. Afinal, possibilita promover seus valores, dar visibilidade à instituição e estabelecer o vínculo com as pessoas ouvintes.

Em relação às rádios, a União FM é a única que tem vínculo com a IECLB, possui algumas inserções diárias e programas voltados aos membros das comunidades nos domingos pela manhã.⁴⁹⁶ Outra rádio, mas no formato web, é a Rádio WebLuteranos.com - <https://radiowebluteranos.com/> - uma iniciativa do Pastor Nilton Giese, que já havia lançado em 2006 a rádio Web LuteranosUai, como instrumento de missão na Comunidade de Belo Horizonte. Embora não seja uma iniciativa da instituição, é conduzida por um ministro ordenado da mesma e, portanto, representa-a nesse espaço de rádio online.⁴⁹⁷ Por fim, o Portal Luteranos também traz uma lista com o nome dos programas ligados às comunidades ou paróquias e seus respectivos municípios, bem como as rádios em que podem ser encontrados.⁴⁹⁸

7.5 IECLB E A REDE: O PORTAL LUTERANOS

O Portal Luteranos nasceu na comunidade, ou melhor, a partir da iniciativa de uma comunidade. Para uma igreja de base comunitária e que preza por essa identificação, é extremamente simbólico mencionar a origem do domínio www.luteranos.com.br como o endereço que, no dia 5 de novembro de 2001, direcionava ao site da Comunidade Evangélica Luterana em Belo Horizonte/MG. Posteriormente, em maio de 2003, ele é ampliado pela primeira vez, como o “veículo de comunicação das comunidades, paróquias e entidades diaconais do Sínodo Sudeste.”. Somente cinco anos mais tarde é que o site, que nasceu como comunitário, é ampliado pela segunda vez, abrangendo então toda a IECLB. Portanto, “assume a condição de espaço da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB) no mundo

⁴⁹⁵ GOMES, 2010, p. 122.

⁴⁹⁶ IECLB (Porto Alegre). **Fundações com vínculo com a igreja**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/radios/fundacoes-com-viculo-com-a-igreja Acesso em: 06 mar. 2023.

⁴⁹⁷ GIESE, Nilton. **Rádio WebLuteranos: a rádio luterana mais perto de você**. A rádio luterana mais perto de você. Disponível em: <https://radiowebluteranos.com/>. Acesso em: 22 jun. 2023.

⁴⁹⁸ IECLB (Porto Alegre). **Programa de Rádios – Sínodos**. 2014. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/radios/programas-de-radio-sinodos-30926 Acesso em: 07 mar. 2023.

da internet”. Vale destacar que o domínio não é o mais antigo da instituição, contudo tornou-se o único.⁴⁹⁹

A página na web que apresenta a Comunicação na Igreja, já mencionada anteriormente, contém o link ‘Portal Luteranos’ e nos apresenta um breve texto expondo os objetivos e a fundamentação para a existência de um portal da IECLB na internet. O objetivo é atrelado ao papel missionário da igreja, portanto o portal é “colocado a serviço da missão de Deus no mundo”. Além disso, a marca confessional apresenta-se como “um recurso que busca reunir luteranos e luteranas que louvam a Deus e partilham a graça.”⁵⁰⁰ Portanto, através do Portal, a instituição procura anunciar o Evangelho no espaço *online* e, ao mesmo tempo, cumprir a lógica midiática que a move, isto é, proporcionar um espaço de identificação, de visibilidade com a instituição e de vínculo, que promova os valores imbricados à confessionalidade. Nesse sentido, o texto afirma

O Portal Luteranos dá visibilidade à IECLB no espaço da rede mundial de computadores (internet). Por meio dele, as pessoas tomam conhecimento dos conteúdos doutrinários e posicionamentos da Igreja. As comunidades, paróquias, sínodos, instâncias nacionais da Igreja, setores de trabalho, entidades, instituições e movimentos veiculam notícias e informações sobre a sua atuação. O portal torna-se uma vitrine que permite uma visão de conjunto do trabalho da Igreja tanto para membros como não-membros da Igreja. Ele procura apresentar a beleza, a amplitude e a diversidade de sua presença no Brasil.⁵⁰¹

Ainda na perspectiva da visibilidade, mas com uma linguagem mais teológica, o texto menciona “a encarnação na realidade virtual permite às pessoas que navegam pela internet um confronto com o Evangelho segundo a perspectiva da confissão luterana.” Além disso, enfatiza uma característica própria do meio virtual, que é a possibilidade de interação com internautas, portanto, o Portal seria esse espaço em que podem ser elucidados “temas bíblico teológicos”, mas que também oferece informações sobre a igreja e o que acontece nela. Na mesma medida em que pessoas vinculadas à instituição ou a confessionalidade fazem desse espaço de comunicação, o texto menciona que “o portal é contactado por pessoas desencantadas com o

⁴⁹⁹ IECLB (Porto Alegre) (org.). **O Portal Luteranos celebra dois jubileus**. 2016. Rolf Schünemann. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/conteudo/portal-luteranos-comemora-dois-jubileus>. Acesso em: 07 mar. 2023.

⁵⁰⁰ IECLB (Porto Alegre). **Portal Luteranos**. 2023. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/portal-luteranos Acesso em 07 mar. 2023.

⁵⁰¹ IECLB (Porto Alegre). **Portal Luteranos**. 2023. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/portal-luteranos Acesso em 07 mar. 2023.

mundo religioso, sem vínculo religioso, em trânsito religioso e/ou em busca de sentido para a sua vida.”⁵⁰²

Chama atenção o reconhecimento da potencialidade que a internet possui em atingir outros públicos, mas também como pode potencializar a própria tarefa missionária da igreja. Isso é percebido na afirmação “a internet possibilita a difusão do Evangelho de forma espetacular”, portanto, é do conhecimento da instituição que esse meio midiático pode, sem dúvida, auxiliar no seu objetivo missionário.⁵⁰³ De forma semelhante, isso transparece nas metas missionárias anteriormente citadas, mas se está colocada como meta, significa que somente o reconhecimento das possibilidades que o meio coloca, não o fazem o grande foco da igreja até então.

Em 2011 o Portal Luteranos passou por uma primeira reformulação, visando ampliar as ferramentas necessárias para a Igreja cumprir seu papel de proclamar o Evangelho, de forma a qualificar os conteúdos e dar mais eficiência e agilidade. No ano que antecedeu o Jubileu da Reforma Luterana, em 2017, novamente houve uma reformulação, tanto de leiaute, como de conteúdo, ao trazer “mais assuntos de sua home nacional” A intenção, segundo o texto no Portal, foi “oferecer ao seu público e à sociedade em geral uma nova identidade visual ao Portal Luteranos, mostrando, de forma bonita e cativante o nosso jeito de ser Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil”.⁵⁰⁴

Segundo relatório apresentado no XXXIII Concílio da Igreja, o levantamento realizado no final de 2020 indicou mais de 2,3 milhões de visualizações, alcançando 1190 municípios e 2500 localidades fora do Brasil. Desse modo, enaltece que

Podemos afirmar, sem sombra de dúvida, que a IECLB chega a mais localidades de forma virtual do que presencial. O número de localidades que originam visitas e visualizações no Portal Luteranos supera em muito o número de localidades em que a Igreja está presente pastoral, diaconal e pastoralmente. Essa constatação se evidencia especialmente nas regiões Nordeste, Norte, Sudeste e Centro-Oeste.⁵⁰⁵

⁵⁰² IECLB (Porto Alegre). **Portal Luteranos**. 2023. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/portal-luteranos. Acesso em 07 mar. 2023.

⁵⁰³ IECLB (Porto Alegre). **Portal Luteranos**. 2023. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/portal-luteranos. Acesso em 07 mar. 2023.

⁵⁰⁴ IECLB (Porto Alegre). **Reforma: o Portal Luteranos está de cara nova!**. 2016. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/conteudo/reforma-portal-luteranos-esta-de-cara-nova>. Acesso em: 07 mar. 2023

⁵⁰⁵ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 33. Cacoal, Rondônia; 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2020-2022**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2022. p. 48.

No culto que relançou o portal, realizado na comunidade de Belo Horizonte, o Pastor Rolf Schünemann trouxe as seguintes palavras

No Portal, temos os rostos de pessoas que fazem a vida da Igreja, das Comunidades. Esta Igreja, que é feita de pessoas, tem a sua razão de ser, pois se volta para as pessoas com uma mensagem. Lembrava de uma palavra do profeta Isaías, que elogiava os pés daqueles que corriam pelas montanhas para levar a mensagem de boa notícia. Depois, Paulo usou esta mesma palavra. Se ele estivesse no século XXI, diria ‘quão formosas são as pessoas que postam as suas mensagens na rede mundial de computadores’, porque elas conseguem, instantaneamente, chegar ao coração e à mente das pessoas com uma mensagem. Estamos tendo a oportunidade de colocar à disposição de 1800 Comunidades do Brasil, dezenas de entidades e instituições ligadas à Igreja, além de parceiros, como Igrejas com as quais nos relacionamos e nos identificamos no nosso propósito comum, que é servir à causa de Deus, o Portal, um espaço de grande mutirão.⁵⁰⁶

Até então, o website foi apresentado a partir da ótica e da intencionalidade da própria instituição. Quem faz uma análise da incidência midiática sobre o campo religioso, e vice e versa, é Ricardo Fiegenbaum em sua tese de doutorado. Inicialmente, a partir de uma análise do leiaute, o autor aponta que o Portal Luteranos “procura combinar de forma mais ou menos equilibrada informação, serviços e espiritualidade”. Mas o grande foco de sua tese, ao analisar o Portal, é apontar como ele “articula a midiatização entre acomodações e resistências da instituição não midiática ao midiático”. Nesse sentido, o primeiro ponto que chama atenção está relacionado com o fato da IECLB lançar mão de um website como estratégia de alcançar mais visibilidade, pois indica uma disposição à “cooperação” com o campo midiático. Ao mesmo tempo, não significa que ela deixe suas características próprias, como sua linguagem teológica e aquilo que é próprio de seu discurso, mas justamente que procurará “minimizar os efeitos do midiáticos sobre seus modos de ser igreja.”⁵⁰⁷

De certo modo, se por um lado pode-se afirmar que a igreja adentra ao campo midiático da internet partindo do objetivo da visibilidade e, portanto, demonstra uma certa abertura, por outro se mantém cautelosa para não perder nesse processo aquilo que lhe é próprio. É nesse sentido que Fiegenbaum afirma

Por meio de suas próprias estratégias, a igreja luterana procura fazer do portal um campo de operações próprio, impondo certas condições, entre elas, o que será dito, ou seja, o portal deve dar visibilidade ao sistema de valores da igreja. Aparentemente, o dispositivo não tem nada com isso, desde que isso não afete o seu modo de operar essa visibilidade. [...]. Para a igreja, importa que o portal ofereça as condições de

⁵⁰⁶ MONTANET, Leticia. **Lançamento do novo Portal Luteranos**: www.luteranos.com.br. 2011. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/conteudo/lancamento-do-novo-portal-luteranos-1>. Acesso em: 02 jun. 2023.

⁵⁰⁷ FIEGENBAUM, 2010, p. 212.

acesso ao seu sistema de valores, mas isso representa também um risco, porque o dispositivo tem suas próprias regras e opera com seus próprios valores.⁵⁰⁸

7.5.1 As redes sociais

O Portal Luteranos não é a única página com a presença da instituição na internet. A instituição também faz uso das redes sociais como uma forma de aproximação e de missão. No Facebook, por exemplo, a IECLB possui uma página desde julho de 2017. De acordo com o texto informativo, a proposta é abordar os temas que envolvem a igreja durante o ano e conduzir as notícias. De tal modo, que “todas as postagens convidam a acessar o Portal Luteranos”, ou seja, a proposta é bem de cunho informativo. Mas outros assuntos também são abordados e, de certa forma, se propõe a comunicar as propostas da igreja no campo não midiático, para dentro das comunidades, como o tema elaborado para reflexão anualmente, a campanha de missão, as datas eclesiais e as edições de suas publicações impressas, tanto do jornal, como de livros e revistas. Além disso, a proposta da *fan page* do Facebook indica a divulgação de frases de Lutero e versículos bíblicos, com isso leva publicamente os valores e a missão que permeiam a compreensão missionária da comunicação.⁵⁰⁹

Atualmente, a página da instituição é curtida por 28 mil pessoas e mais de 30 mil pessoas a seguem e, portanto, recebem atualizações do que é publicado. Em sua descrição de apresentação na página, destaca sua origem, sua identidade de fé e confessionalidade e sua herança histórica. Além disso, destaca os seus referenciais doutrinários, isto é,

as Sagradas Escrituras, como fonte da revelação de Deus em Jesus Cristo, os credos cristãos, que apresentam, de forma sintetizada, os principais conteúdos da fé cristã; a Confissão de Augsburgo, que aborda os temas centrais da Reforma; e o Catecismo Menor de Martin Lutero, que interpreta os dez Mandamentos, o Credo Apostólico, O Pai Nosso, os Sacramentos do Batismo e da Santa Ceia e a Confissão.⁵¹⁰

Além da presença no Facebook, a partir de junho de 2020 a IECLB lançou sua página no Instagram e, em dezembro de 2020, no Twitter. Ambas as redes apresentam propostas

⁵⁰⁸ FIEGENBAUM, 2010, p. 213.

⁵⁰⁹ IECLB (Porto Alegre). A IECLB nas Redes Sociais Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/a-ieclb-nas-redes-sociais Acesso em: 07 mar. 2023.

⁵¹⁰ IECLB (Brasil). **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil - IECLB**. 2023. Facebook: @IgrejaEvangelicadeConfissaoLuterananoBrasilOficial. Disponível em: https://www.facebook.com/IgrejaEvangelicadeConfissaoLuterananoBrasilOficial/?ref=page_internal Acesso em: 08 mar. 2023 https://www.facebook.com/IgrejaEvangelicadeConfissaoLuterananoBrasilOficial/?ref=page_internal

diferentes dentro do contexto das redes sociais. Enquanto o Instagram conta com quase 10 mil perfis seguindo a página ‘ieclboficial’⁵¹¹, o twitter “@ieclboficial”⁵¹² conta com apenas 28 perfis. O conteúdo publicado nas páginas segue a mesma proposta do Facebook, de certo modo, alguns até mesmo são repetidos, buscando atingir com o mesmo conteúdo o máximo de pessoas. O Instagram, em especial, é lançado “com o objetivo de atingir o público jovem”, com perfil de pessoas de 18 a 34 anos, que migrou para a plataforma.⁵¹³

Outro espaço que a IECLB ocupa nas redes sociais, está em uma plataforma de vídeos, o Youtube. De acordo com o Portal Luteranos, “neste canal são veiculadas mensagens da direção nacional e também informações relacionadas a atividades desenvolvidas por setores da Igreja.”⁵¹⁴ Assim também está descrita na página ‘@IECLBOficial’ do Youtube a proposta do canal em que estão publicados mais de mil vídeos e conta com quase 17 mil inscrições para receber atualizações das publicações.⁵¹⁵

Algo importante a destacar é que, assim como existem os canais oficiais da instituição, muitos relacionados a ela são encontrados nas diferentes redes sociais, principalmente no Facebook e Instagram, mas também na plataforma de vídeos do Youtube. Essas páginas representam comunidades, paróquias ou instituições vinculadas a IECLB e que também procuram fazer das redes um meio de comunicação e visibilidade das suas atividades. De forma semelhante à descentralização que ocasiona o surgimento de jornais a níveis regionais, o mesmo decorre das redes, porém sem a necessidade de todo um aparato editorial e, por isso, muito mais fácil e acessível para as comunidades.

Embora a internet esteja cada vez mais “se transformando numa rede de *contatos sociais*, uma plataforma relacional”, o que demarca uma mudança em relação a antigo uso comum de “consulta de locais para obter informações”, e a rede social busque aproximar pessoas com interesses comuns⁵¹⁶, nem tudo são flores. Afinal, assim como a internet e as redes facilitam a comunicação e possibilitam a interação, por exemplo, elas também oportunizam as

⁵¹¹ IECLB (Brasil). **Ieclboficial**. 2023. Instagram: @ieclboficial. Disponível em: <https://www.instagram.com/ieclboficial/>. Acesso em: 08 mar. 2023.

⁵¹² IECLB (Brasil). **Ieclboficial**. 2023. Twitter: @ieclboficial. Disponível em: <https://twitter.com/ieclboficial>. Acesso em: 08 mar. 2023.

⁵¹³ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 32. 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2018-2020**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2020. p. 53.

⁵¹⁴ IECLB. **Canal no Youtube**. 2023. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/canal-no-youtube Acesso em: 08 mar. 2023.

⁵¹⁵ IECLB. **IECLB**. Youtube: @IECLBOficial. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/@IECLBOficial>. Acesso em: 07 mar. 2023.

⁵¹⁶ SPADARO, Antonio. **Web 2.0: redes sociais**. São Paulo, SP: Paulinas, 2013, p. 10.

críticas públicas e até mesmo ataques às instituições e pessoas. Essa realidade fica evidenciada a partir da nota emitida pelo Conselho da Igreja encontrada no Portal Luteranos.⁵¹⁷

Uma última iniciativa no campo midiático está ligada ao lançamento de um aplicativo para smartphone, em 2021, com o objetivo de ser mais um canal de comunicação, porém que possibilita a marcação geográfica e, portanto, o acesso a notícias mais específicas da região de cada pessoa e seu sínodo. Ao mesmo tempo, subdivide-se em doze módulos, visando comunicar: a Agenda e Eventos; as Senhas diárias; o Conhecer a IECLB; o Meu Sínodo; as Ofertas; as Notícias; as Campanhas; as Áreas de atuação; o Culto e Oração; Onde Estamos; a Bíblia; e Mensagens.⁵¹⁸

7.6 PANDEMIA E A IMERSÃO MIDIÁTICA DA IECLB NA INTERNET

Como já foi destacado anteriormente, a IECLB possui características que considera inegociáveis, como sua identidade, seus valores e também seu jeito comunitário. Contudo, em 2020, frente à realidade permeada por uma pandemia, a instituição vê suas comunidades, suas lideranças, ministros e ministras diante do imperativo ético e sanitário de buscar o isolamento social como forma de amenizar a disseminação do coronavírus frente a aglomerações. A situação agravou-se de tal modo que “igrejas e espaços religiosos foram interditados a partir de março até meados de setembro de 2020.” Frente a essa realidade, as igrejas buscaram de diferentes formas atender suas membrasias, o mesmo ocorreu no contexto da IECLB.⁵¹⁹ Inclusive, a posição pela suspensão de atividades comunitárias é orientada pela própria presidência da igreja e pelos pastores e pastoras sinodais, conforme nota emitida.⁵²⁰

O impedimento da vivência comunitária e das atividades costumeiras, porém, não foi o fim para as comunidades. Como resposta, Adam aponta que "lideranças, ministros e ministras, musicistas e liturgistas, lançaram mão dos recursos de mídia para celebrar a vida, cuidar das

⁵¹⁷ IECLB. **Nota do Conselho da Igreja sobre publicações nas redes sociais**. 2022. Conselho da Igreja. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/textos/missao-sociedade/nota-do-conselho-da-igreja-sobre-publicacoes-nas-redes-sociais>. Acesso em: 02 jun. 2023.

⁵¹⁸ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 33. Cacoal, Rondônia; 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2020-2022**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2022. p. 48.

⁵¹⁹ ADAM, Júlio César; SBARDELOTTO, Moisés. Liturgia online na pandemia: reflexões sobre as práticas religiosas de católicos e luteranos no Brasil. **Plura**: revista de estudos de religião, [s. l.], v. 12, n. 1, p. 43-60, jan. 2021. Disponível em: <https://revistaplura.emnuvens.com.br/plura/article/view/1813>. Acesso em: 07 mar. 2023, p. 44.

⁵²⁰ IECLB. **Nota emitida pela presidência da IECLB pelas pastoras e pastores sinodais**. 2020. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/textos/coronavirus/nota-emitida-pela-presidencia-da-ieclb-pelas-pastoras-sinodais-e-pelos-pastores-sinodais-em-26-03-2020>. Acesso em 06 mar. 2023.

pessoas e comunicar o Evangelho”. Nesse sentido, se até então o uso de recursos midiáticos e da própria internet pelos ministros e ministras era extremamente informacional e discreto, agora tornam-se essenciais e espaço de anúncio da Palavra.⁵²¹ A imersão ao espaço virtual foi tão intensa que até mesmo o questionamento sobre a possibilidade de celebrar a Ceia do Senhor de forma *online* foi levantado. Contudo, a igreja emite uma carta em que afirma “não haver estudo, condições e elementos suficientes para a celebração online do sacramento.”⁵²²

No relatório do XXXII Concílio da Igreja, realizado de forma virtual (outra novidade), o diagnóstico apresentado no âmbito da comunicação é que “com o avanço da pandemia de Covid-19, a comunicação através das novas tecnologias se tornou imprescindível para divulgar o Evangelho, manter o contato e a proximidade com as pessoas”. O relatório aponta ainda o crescimento no número de seguidores e seguidoras e atribui esse dado ao isolamento provocado durante o tempo de pandemia. De acordo com o texto final do relatório, o retorno das atividades não exclui a manutenção das redes de comunicação e comunhão que nasceram do tempo da pandemia. De certo modo, o desejo é por modalidades híbridas, portanto, presencial e *online*. Por fim, indica que a área de comunicação da igreja “tem o grande desafio de conectar estes formatos, promovendo novas formas de evangelização, comunhão, diaconia e liturgia”.⁵²³

Na mesma direção, o relatório do XXXIII Concílio da Igreja, realizado na cidade de Cacoal/Rondônia, enfatiza o trabalho desenvolvido no ambiente *online* e traz exemplos de novas demandas e projetos que foram instituídos a partir da pandemia, mesmo com a volta à normalidade das atividades presenciais. Duas novas práticas comunicacionais chamam atenção: os cultos *online* e as meditações diárias. Segundo o relatório, os cultos realizados durante a pandemia motivaram a reflexão “sobre a importância do ambiente digital como veículo de comunicação e estreitamento das relações entre membros, Comunidades e Sínodos da IECLB”. Nesse sentido, foi estabelecida a prática do *Culto Nacional Online* que é gravado e disponibilizado no Youtube da IECLB dominicalmente. Em forma de rodízio, os diferentes Sínodos se responsabilizam por assumir as celebrações.

Um detalhe em relação a esses cultos disponibilizados e que é mencionado no relatório, é a não concorrência dos mesmos com os cultos que são ofertados nas comunidades. A menção ainda aponta que 90% das visualizações é posterior ao momento de estreia e ocorre ao longo

⁵²¹ ADAM, 2021, p. 48.

⁵²² ADAM, 2021, p. 49.

⁵²³ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 32. 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2018-2020**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2020. p. 50 – 55.

do dia de domingo e da semana.⁵²⁴ De certo modo, percebe-se a necessidade de justificar a prática adotada mediante o temor de uma preferência e substituição das pessoas membras pelos cultos *online* em detrimento dos presenciais. Isso fica ainda mais claro quando o relatório menciona “é preciso manter cultos e mensagens pela internet, não como concorrências às atividades presenciais, mas como complemento.”⁵²⁵

A segunda prática implementada nacionalmente está nas meditações diárias que visam o compartilhamento das “Senhas Diárias”, uma pequena coleção de textos bíblicos e comentários diários, através de vídeos postados novamente no Youtube. Essa proposta nasce na continuidade daquilo que alguns Sínodos ofertaram durante a pandemia, quando “ofereceram mensagens diárias em áudio e vídeo”.⁵²⁶ Os cultos e as meditações passam pela edição final na área de Coordenação de Comunicação da IECLB, o que demonstra o desejo de uma qualidade de edição padronizada.

Sobre o tempo da pandemia e o uso de redes sociais, o Portal Luteranos traz um breve parágrafo que resume bem como o Evangelho seguiu sendo anunciado, mesmo numa realidade de distanciamento e isolamento, mas também os impulsos que essa imersão no mundo virtual pode provocar a igreja do amanhã.

Redes sociais tão elogiadas e criticadas estão tendo um papel importante neste tempo de incertezas e preocupações. Quantas mensagens profundas, músicas apresentadas de diferentes formas, tocadas, cantadas, em dueto, em coral, e quantas orações compartilhadas podemos encontrar. Estamos vendo muitos jeitos de pregar e transmitir a Palavra de Deus, neste momento de incertezas e dúvidas em função do Coronavírus. Ministros, ministras, comunidades e paróquias estão postando mensagens nos diversos meios sociais, seja no face, no whats, no insta, por email, internet e por rádio. Encontramos muita criatividade, iniciativas legais e, quem sabe, algo disso tudo se torne mais uma opção para ser igreja.⁵²⁷

A pandemia impulsionou significativamente a IECLB para dentro da internet, não apenas a partir de um site, mas de diferentes redes sociais. É nesse espírito da criatividade que

⁵²⁴ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 33. Cacoal, Rondônia; 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2020-2022**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2022. p. 49.

⁵²⁵ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 33. Cacoal, Rondônia; 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2020-2022**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2022. p. 28.

⁵²⁶ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 33. Cacoal, Rondônia; 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2020-2022**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2022. p. 49.

⁵²⁷ IECLB. **Redes sociais**. 2020. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/conteudo/redes-sociais>. Acesso em: 07 mar. 2023.

a igreja é estimulada a seguir ocupando espaços até então pouco explorados e também a refletir, a partir desses espaços, a forma de vivermos a fé para além do presencial.

7.7 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO: ENCAMINHAMENTOS PARA AS CONSIDERAÇÕES FINAIS

As formas como as instituições protestantes históricas se relacionam com a mídia possuem uma herança histórica e refletem, ao mesmo tempo, a fundamentação instrumental e crítica do uso dos meios midiáticos, que está na base do pensamento comunicacional dessas igrejas. Além disso, a comunicação, embora considerada primordial e essencial para a missão das instituições, está condicionada a três aspectos indispensáveis: os valores da instituição, a visibilidade e a promoção do vínculo.

Mas é importante levar em consideração a afirmação de Fiegenbaum de que “numa sociedade midiaticizada, as igrejas históricas precisam urgentemente passar por um processo de alfabetização nas novas mídias, construindo novas estratégias de visibilidade sem deixar de ser fiel a seus princípios.”⁵²⁸ A afirmação parece corroborar com aquilo que a IECLB buscou durante a pandemia. Ao mesmo tempo, ela indica a necessidade de uma melhor relação com as diferentes mídias. Isso fica ainda mais evidente à medida em que a compreensão apenas instrumentalista dos meios não torna a instituição mais midiática.

São compreensíveis os pontos de resistência, uma vez que fundamentos essenciais, como a identidade, os valores e a visibilidade estão em jogo. Nesse contexto, a midiaticização coloca em questão e desafia esses limites, de forma que “a própria essência da igreja está em questão.”⁵²⁹ Contudo, durante todo o período crítico da pandemia, podemos apontar a internet, as redes sociais e as plataformas como o grande templo que reuniu as pessoas vinculadas à IECLB. Foi através desses recursos, acessando a internet em seus celulares, computadores ou televisões, que as pessoas tinham contato com ministros, ministras e com a própria comunidade. Isso aconteceu nas diferentes esferas da igreja, tanto comunitária, como sinodal e nacionalmente. Por isso, diante de uma sociedade tão midiaticizada, Feigenbaum faz um alerta importante “hoje, sem dúvida, é a mídia que prega discursos nas portas das igrejas e, às igrejas protestantes nunca é demais lembrar, como disse Martim Lutero, que igreja reformada é igreja sempre em reforma.”⁵³⁰

⁵²⁸ FIEGENBAUM, 2006, p. 239

⁵²⁹ FIEGENBAUM, 2010, p. 226.

⁵³⁰ FIEGENBAUM, 2010, p. 231.

O XXXII Concílio trabalhou as cinco metas missionárias já mencionadas e o relatório reconhece que durante o tempo da pandemia foram os ministros, as ministras e demais lideranças que promoveram o “crescimento da presença da IECLB nas plataformas digitais”.⁵³¹ Esse reconhecimento parte da discussão da quinta meta missionária e do desejo por uma igreja conectada. Contudo, a primeira meta tem como objetivo a capacitação de pessoas para o testemunho de fé na Igreja e no mundo e está subdividida em três pontos: Educação Cristã Contínua, Formação Ministerial e Sacerdócio Geral de todas as pessoas crentes. Nos objetivos propostos para a Educação Cristã, consta o desejo de “fomentar novas mídias e diferentes canais de comunicação”⁵³² O que chama atenção é que nos objetivos da Formação Ministerial, que visa formar novos ministros e ministras para a atuação na igreja, não há nenhuma referência e intencionalidade apontando para o uso de novas mídias e canais de comunicação, ou não deixa claro essa necessidade de formação. Esse detalhe salta aos olhos, pois uma rápida olhada nas publicações de vagas de campos de trabalho na instituição, permite perceber o desejo de algumas paróquias por pessoas que possuam mais familiaridade com novas mídias e redes sociais. Nesse sentido, vale uma análise do processo de formação atual da instituição e se ele corresponde aos anseios da base, ou seja, das paróquias e comunidades.

Fiegenbaum defende que a Reforma do Século XXI é midiática e não teológica. Nesse sentido, é interessante observar que, dentro do contexto da IECLB, o que seus documentos mencionam sobre a comunicação são praticamente um tratado teológico defendendo a razão comunicacional da igreja. De fato, encontramos tanto nas diretrizes comunicacionais, como nos projetos de ação missionária, indicativos de uma teologia da comunicação que enxerga as mídias em geral como instrumentos para desempenhar sua missão da igreja. Ou seja, não aborda a própria dimensão social e antropológica que as novas mídias, como a internet, colocam ao ser humano. Não encara as redes, por exemplo, como um lugar existencial e permeado por relações humanas e, porque não dizer, comunitárias. Por isso, essa teologia da comunicação, que possui raízes em 1970, não foi aprimorada e renovada diante das novas formas comunicacionais presentes na sociedade contemporânea e midiaticizada. Portanto, poderíamos perguntar se há uma teologia da comunicação, mesmo que restrita, por que não pensar uma ciberteologia? Ou seja, uma teologia que considere a realidade hiperconectada?

⁵³¹ IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 32. 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2018-2020**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2020. p. 79.

⁵³² IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. **Metas missionárias 2019-2024**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2019, p. 7.

Após conhecer a forma como a própria IECLB entende sua relação com a comunicação e com as demais mídias, pode-se retornar a esse questionamento a às questões levantadas ao final do sexto capítulo sobre como a cultura digital pode auxiliar ou dificultar o fazer teológico na IECLB, bem como a importância de levar em consideração essa nova ambiência para o fazer teológico, tendo em vista que os documentos que abordam a comunicação da IECLB podem ser considerados antigos e que não levam em conta a dinâmica atual das relações e conexões proporcionadas pela rede. Um exemplo é o próprio PAMI de 2006 que traz, antes de qualquer indicativo de ação missionária no âmbito dos meios de comunicação, uma visão negativa e pessimista quanto aos meios eletrônicos de comunicação. Neste sentido, é preciso uma mudança no pensamento comunicacional dentro da Igreja, de suas lideranças, das suas comunidades e de seus ministros e suas ministras. Isto é, reconhecer que a internet, as mídias *online* e as redes sociais são espaços de experiência e de comunicação humana, portanto, espaços para viver e refletir a fé cristã.

Embora as novas indicações, a partir das metas missionárias, apontem para proposições e para a utilização de novos meios de comunicação, ainda há uma reafirmação do uso e da exploração dos recursos midiáticos, como a internet, dentro da concepção missionária e ferramental. Não há, portanto, uma percepção no sentido de atratividade e de inclusão. Em nenhum documento norteador das questões comunicativas e midiáticas avalia-se a necessidade de uma linguagem própria para dialogar e para levar a mensagem do evangelho a partir daquilo que está na raiz da vida social e diária das pessoas. Se pensarmos nos nativos digitais, por exemplo, deixa-se de contemplar uma faixa etária fundamental para o futuro da igreja e da própria sociedade.

Pensando na metodologia proposta por Silva, apresentada no capítulo anterior, propor uma ciberteologia dentro do contexto da IECLB significa seguir quatro passos: experimentar, refletir, agir e avaliar. Primeiro, experimentar novos jeitos de ser comunidade e igreja num contexto hiperconectado e que possibilita uma interação entre as comunidades presenciais mais distantes e longínquas existentes na instituição, com isso surgem possibilidades de formação e troca de experiências. Em segundo lugar, refletir, à luz da experiência concreta e vivida dessas novas formas comunitárias, como esses jeitos potencializam os interesses missionários de atratividade e inclusão. Em terceiro, agir revendo o seu modo de ação nesses diferentes espaços e reconhecendo a importância de seus impactos na vida humana, para, a partir disso, avaliar em que medida a igreja cumpre seu papel nessas novas ambiências.

De certa forma, pode-se afirmar que a IECLB experimentou uma pitada de ciberteologia prática durante os tempos pandêmicos. Numa perspectiva missionária, vivenciou novos espaços

experienciais e dialogou com a vida diária e concreta das pessoas, que era refletida na rede através de diferentes formas comunicativas. A igreja esteve no espaço de entremeio entre o nosso lar e a praça pública, mostrou a cara e o jeito luterano de celebrar, mesmo que de forma tradicional, ao universo midiático da internet. De fato, muitas transmissões e atividades, foram desempenhadas de modo bastante improvisado e amador, mas o que predominava e precisa ser valorizado não era a forma, mas sim a mensagem, isto é, o interesse em proporcionar espaços de vivência e expressão de fé evangélica no ciberespaço.

Com a pandemia parece que essa virada de pensamento foi imposta de modo que a IECLB se viu atuante na rede, foi a partir dela que surgiram diferentes reflexões teológicas quanto ao modo de ser igreja e comunidade. Reafirmou-se a característica comunitária da igreja, ao passo que se vivenciou comunidade de fé *online* através de cultos, meditações diárias, *lives* de cantos e tantas outras atividades desenvolvidas. Ao mesmo tempo, é importante compreender que uma ciberteologia não está restrita a determinados momentos que impossibilitem os encontros presenciais. Por isso, propor a continuidade de um fazer ciberteológico na IECLB pode significar, em primeiro lugar, uma elaboração de novos paradigmas comunicacionais que considerem a rede como espaço teológico. Segundo, estimular dentro do contexto dos centros de formações vinculados à instituição, que a formação ministerial leve em consideração a comunicação midiática, os novos recursos comunicacionais e as novas formas de ser comunidade. Nesse sentido, há a necessidade de avaliar se os currículos de formação teológica compreendem essas formas comunicativas de modo que possam contribuir para a missão da igreja. Ainda nessa direção, é válido destacar e conhecer as pastorais da comunicação e as diversas reflexões que brotam no âmbito católico e de outras igrejas. Sem dúvida, muitos exemplos podem ser encontrados e podem incentivar novas perspectivas comunicacionais e missionárias. Por fim, a pandemia mostrou que há espaço para a reflexão teológica luterana *na* internet, *pela* internet e *sobre* a própria internet. De modo que pode-se apontar para a necessidade de uma ciberteologia luterana que dialogue com as novas formas comunicativas e de existência e assim, a própria essência reformatória, midiática e que comunica com a linguagem do povo, será reafirmada.

No caso da IECLB, refletir a fé luterana no contexto *online*, significa anunciar e apontar para o centro de toda a mensagem evangélica, Jesus Cristo. Por isso, pregar na língua do povo, que foi uma das grandes mudanças propostas pela Reforma Luterana, e a qual a IECLB se coloca como herdeira, significa, hoje, abraçar as novas linguagens, inclusive a tecnológica digital *online* e virtualizada, de forma que a mensagem cristã continue sendo absorvida, mas também pregada para dentro de onde pulsa a vida, ou seja, nos relacionamentos, nas

comunidades, no próprio sagrado para cada pessoa, como uma pulsante religião vivida. Se Jesus Cristo não for anunciado e pregado também nesses espaços, como as pessoas poderão conhecer o Deus encarnado?

8 CONCLUSÃO

A proposta desta dissertação era demonstrar como a ciber-teologia e a religião vivida podem contribuir para uma igreja mais atrativa, inclusiva e missionária. É nesse sentido, que dentro do contexto da Teologia Prática, e a partir de uma perspectiva hermenêutica de rastreio do sagrado em uma sociedade midiaticizada e motivado a propor uma ciber-teologia dentro do contexto da IECLB, percebe-se que a teologia comunicacional da instituição precisa dar um passo ao futuro, ou melhor dizendo, ao presente.

Lógico que, para uma instituição que preza tanto pela sua riqueza histórica e que está prestes a completar 200 anos em terras brasileiras, não significa abandonar o passado ou jogá-lo fora. Aliás, é justamente essa história ligada ao desenvolvimento midiático da imprensa e o seu potencial utilizado na disseminação das ideias da Reforma que podem servir como estímulo à busca por novas possibilidades midiáticas que contribuam para sua tarefa básica de comunicar o evangelho. Numa perspectiva teológica luterana, a igreja acontece onde os sacramentos são administrados e a palavra é pregada. Essa pregação é comunicação pura! Por isso, zelar pela boa comunicação diante de uma sociedade marcada por um processo de midiaticização que permeia todo o cotidiano é extremamente importante. Da mesma forma, reconhecer que a mídia, principalmente a internet, é muito mais do que uma ferramenta de comunicação e exige, portanto, ser pensada para além de um mero aspecto instrumental para a reflexão teológica.

Nesse sentido, tendo como proposta a tríade de ser mais atrativa, inclusiva e missionária, que resultou nas metas missionárias lançadas em 2019, percebe-se poucos indicativos de que comunicação através da internet e de diferentes recursos esteja nos horizontes teológicos e institucionais. O documento reafirma, inclusive, antigos paradigmas que fundamentam a proposta comunicacional da IECLB buscando promoção de seus valores, de sua visibilidade e de oferta de vínculo. Portanto, ainda há uma percepção de que os meios devem estar subordinados aos interesses da instituição. Ainda que a pandemia do COVID-19 tenha resultado numa imersão significativa da instituição na rede, através da oferta de cultos, mensagens diárias e outras atividades, isso não significa a midiaticização da instituição, pois as práticas litúrgicas e sua linguagem seguem sendo aquela que é comum ao ambiente eclesialístico. O que é percebido são novas práticas de mediação através de mídias como a internet e suas diferentes possibilidades.

Ao mesmo tempo, embora as metas missionárias façam menções à necessidade de qualificar a comunicação dentro da perspectiva da Educação Cristã Contínua, utilizando novas

mídias e recursos, do Culto e Comunicação através de novos meios de comunicação e da qualificação das habilidades de comunicação, é somente na quinta e última meta missionária que a ideia de uma igreja conectada aparece numa perspectiva informacional e instrumental. Isso fica ainda mais claro ao observar os objetivos e perceber o interesse pela promoção dos valores, dos vínculos e de sua visibilidade. Além disso, entre os objetivos de uma igreja conectada está o reforço de uma comunicação que promova a vivência comunitária. Portanto, uma teologia que tenha a vida conectada como um elemento provocativo para a fé e que reconheça a existência de novas formas de existência de laços comunitários mediados pela internet passa longe de ser um objetivo.

Nesse sentido, vale destacar que não só as instituições religiosas se deslocaram para novos ambientes midiáticos, como também a religião está presente na mídia de forma implícita e explícita. Em um primeiro momento, isso não parece corroborar com a atuação das instituições religiosas tradicionais, como a igreja. Contudo, à medida em que a experiência religiosa é impactada, torna-se importante reconhecer os diferentes meios e suas consequências para a vivência da religiosidade das pessoas. Por isso, apontar para a midiatização da religião e as interferências nas práticas religiosas possibilita às instituições repensarem suas práticas.

A internet é hoje a mídia mais influente e presente no cotidiano. Viver desconectado parece-nos algo impensável diante de todas as possibilidades que esse meio tem a oferecer. Em certa medida, estamos diante não apenas de um meio comunicacional, mas vivencial, que se tornou parte integrante de nossa existência. Desse modo, refletir teologicamente a fé nos tempos da rede significa perceber uma relação com o sagrado que se desenvolve em pelo menos três frentes: *na internet*, *pela internet* e *sobre* a própria rede, à medida que ela interfere na nossa forma de viver a fé, mas também proporciona um espaço de vivência ou torna-se a própria vivência religiosa.

Disposto a expor os desafios que permeiam a reflexão teológica diante de tempos hiperconectados e de uma sociedade extremamente midiatizada em que nem a religião escapa da midiatização, procurou-se seguir aqui os rastros do sagrado pela mídia *online* e expor a religião vivida *online*. Contudo, ao mesmo tempo em que surgem os desafios, emergem novas possibilidades desse novo contexto comunicacional e vivencial. Frente a uma sociedade sedenta por sentido, destacar a importância de uma comunicação do evangelho que reflita o cotidiano e fale a língua do povo é um ato de empatia e de fé. Além disso, do ponto de vista teológico, o ministério da igreja pressupõe comunicação a todos os cantos dos mundos (Mt 28) e lançando-se n(as) redes pela certeza de que o Evangelho deve ser pregado e anunciado, mas também, deve ser vivido na concretude da vida e virtualidade da existência.

REFERÊNCIAS

- ADAM, Júlio César. Da ficção científica para a ficção religiosa: ideias para pensar o cinema de ficção científica como o culto da religião vivida. **Horizonte**, [S.L.], v. 10, n. 26, p. 552-565, 3 jul. 2012. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. <http://dx.doi.org/10.5752/p.2175-5841.2012v10n26p552>.
- ADAM, Júlio César. Deus e o Diabo na terra do sol Religião vivida, conflito e intolerância em filmes brasileiros. **Estudos de Religião**, [S.L.], v. 31, n. 2, p. 77-99, 31 ago. 2017. Instituto Metodista de Ensino Superior. <http://dx.doi.org/10.15603/2176-1078/er.v31n2p77-99>. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/2176-1078/er.v31n2> Acesso em: 25 nov. 2022.
- ADAM, Júlio César. Religião Vivida e Teologia Prática: possibilidades de relacionamento no contexto brasileiro. **Perspectiva Teológica**, [S. l.], v. 51, n. 2, p. 311 - 328, 2019. DOI: 10.20911/21768757v51n2p311/2019. Disponível em: <https://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/perspectiva/article/view/4133>. Acesso em: 9 nov. 2022.
- ADAM, Júlio César. Religião, culto cristão e mídias como uma forma de religiosidade vivenciada: uma análise como tarefa da teologia prática. **Pistis & Praxis: Teologia e Pastoral**, Paraná, v. 4, n. 1, p. 297-317, jun. 2012. Semestral.
- ADAM, Júlio César. Teologia em movimento: perspectivas da teologia prática como hermenêutica da religião vivida a partir do cinema brasileiro. **Numen: revista de estudos e pesquisa da religião**, Juiz de Fora, v. 21, n. 1, p. 114-128, jul. 2018. Semestral.
- ADAM, Júlio César; REBLIN, Iuri Andréas; SALDANHA, Marcelo Ramos. Igreja em rede e liturgia online, é possível?. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v. 60, n. 2 , p. 598 - 609, 2020. Disponível em: <http://revistas.est.edu.br/index.php/ET/article/view/59/48>. Acesso em: 30 mar. 2023.
- ADAM, Júlio César; SBARDELOTTO, Moisés. Liturgia online na pandemia: reflexões sobre as práticas religiosas de católicos e luteranos no brasil. **Plura: revista de estudos de religião**, [s. l.], v. 12, n. 1, p. 43-60, jan. 2021. Disponível em: <https://revistaplura.emnuvens.com.br/plura/article/view/1813>. Acesso em: 07 mar. 2023.
- AGUIAR, Carlos Eduardo Souza. **A sacralidade digital: religiões e religiosidades na época das redes**. São Paulo, SP: Annablume, 2014. 238 p.
- AUGSBURGO, Confissão de. **A Confissão de Augsburgo: com notas e comentários**. Com notas e comentários. 1530. IECLB. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/textos/a-confissao-de-augsburgo>. Acesso em: 07 abr. 2023.
- BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teóricas europeias e latino-americanas. In: **Mediação & midiatização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 79 – 106.

BASTOS, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiaticização: a perspectiva germânica. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.). **Mediação & midiaticização**. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 53-78.

BERGER, Peter L.; BENEDETTI, Luiz Roberto. **O dossel sagrado**: elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo, SP: Paulinas, 1985, p. 119.

BÍBLIA. Português. Almeida. 2017. **Bíblia de Estudo da Reforma**. 2. ed. revista e atualizada. Barueri, SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2017. 40, lxxiv, 2227 p.

BOBSIN, Oneide (org.). O subterrâneo religioso da vida eclesial: intuições a partir das ciências da religião. In: BOBSIN, Oneide; SALDANHA, Marcelo Ramos (org.). **Ciências da Religião**: uma hóspede impertinente. São Leopoldo: Faculdades Est, 2020.

BOBSIN, Oneide. Tendências religiosas e transversalidade: tendências religiosas e transversalidade. In: BOBSIN, Oneide; SALDANHA, Marcelo Ramos. **Ciências da Religião**: uma hóspede impertinente. São Leopoldo: Faculdades Est, 2020. p. 146-171.

BOMBONATTO, Vera Ivanise; ALTEMEYER JUNIOR, Fernando. A teologia entre a onomatopoeia e o neologismo. In: ALTEMEYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Teologia e Comunicação**: corpo, palavra e interfaces cibernéticas. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 216 – 224.

BOMBONATTO, Vera Ivanise; ALTEMEYER JUNIOR, Fernando. Trindade, mistério de comunhão e comunicação. In: ALTEMEYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Teologia e Comunicação**: corpo, palavra e interfaces cibernéticas. São Paulo: Paulinas, 2011. Cap. 7. p. 107..

BRAKEMEIER, Gottfried. **Sabedorias da fé**: num mundo confuso. São Leopoldo, RS: Sinodal, 2014. 149 p.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2015. Edição digital.

CONFESSIO AUGUSTANA. **A Confissão de Augsburgo 1530-1980**: Confissão de Fé apresentada ao Invictíssimo Imperador Carlos V, César Augusto, na Dieta de Augsburgo, no ano de 1530. São Leopoldo: Sinodal, 1980. 123 p.

DREHER, Martin N. **Igreja, ministério, chamado e ordenação**: estudos a partir de Lutero. São Leopoldo, RS: Sinodal, Porto Alegre, RS Concórdia 2011.

EDITORA Sinodal: **70 anos a serviço da palavra**. São Leopoldo: Sinodal, 1997. 95 p

ESTRELLA, Fernanda. Do nascimento da rede até a Ciberteologia. In: REBLIN, Iuri Andréas; ADAM, Júlio César (Org.). **Atravessando o Espelho de Alice**: estudos sobre religião, cultura pop e mídia. São Leopoldo: Faculdades Est, 2017. p. 35-55.

FIEGENBAUM, Ricardo Zimmermann. São os grupos midiáticos herdeiros da Reforma? In: RIBEIRO, Claudio de Oliveira; ROCHA, Alessandro Rodrigues (Org.). **Ecumenismo e reforma**. São Paulo: Paulinas, 2017. p. 275-289.

FIGENBAUM, Ricardo Zimmermann. **Mediatização do campo religioso e processos de produção de sentido**: análise de um conflito anunciado - o caso do Jornal Evangélico da IECLB. 2006. 250 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Comunicação, Pós-Graduação, Universidade do Vale dos Sinos - Unisinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4177>. Acesso em: 22 fev. 2023.

FIGENBAUM, Ricardo Zimmermann. **Mediatização**: a reforma protestante do século XXI? Igrejas, dispositivos midiáticos e sistema de valor, de visibilidade e de vínculo entre regulações e resistências. 2010. 260 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Pós-Graduação, Universidade do Vale dos Sinos - Unisinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2540>. Acesso em: 22 fev. 2023.

FRIEDRICH, Nestor. **Presidência IECLB nº 233368/14 - Mensagem da Presidência para o lançamento do Tema do Ano 2015**. Porto Alegre: IECLB. 2014. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/conteudo/mensagem-da-presidencia-para-o-lancamento-do-tema-do-ano-2015-2> Acesso em: 04 mar. 2023.

GANZEVOORT, R. Ruard. Encruzilhadas do caminho no rastro do sagrado: a Teologia Prática como hermenêutica da religião vivenciada. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v. 49, n. 2 , p. 317-343, 2009. Disponível em: http://www.est.edu.br/periodicos/index.php/estudos_teologicos/article/view/91/85. Acesso em: 05 out 2022.

GANZEVOORT, R. Ruard. Molduras para os deuses: o significado público da religião de um ponto de vista cultural. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v.56, n.2 , p.359, dez. 2016. Disponível em: <http://revistas.est.edu.br/index.php/ET/article/view/729/642>. Acesso em: 08 abr. 2023.

GERE, Charlie. **Digital Culture**. 2. ed. London: Reaktion Books, 2008. 248 p.

GIESE, Nilton. **Rádio WebLuteranos**: a rádio luterana mais perto de você. A rádio luterana mais perto de você. Disponível em: <https://radiowebcluteranos.com/>. Acesso em: 22 jun. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas, 2014

GOMES, Pedro Gilberto. **Da igreja eletrônica à sociedade em mediatização**. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 81.

GRÄB, Wilhelm. Prédica como uma conversa com o ouvinte sobre a sua vida. **Tear Online**: liturgia em revista, São Leopoldo, v.6, n.2 , p. 116-126, 2017. Disponível em: <http://periodicos.est.edu.br/index.php/tear/article/view/3228> Acesso em: 14 abr. 2023.

HJARVARD, Stig. Mediatization: theorising the media as agents of social and cultural change. **Matrizes**, [S.L.], v. 5, n. 2, p. 53 - 91, 13 jun. 2012. Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA). <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>.

HJARVARD, Stig. **A mediatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

HOCH, Lothar Carlos. O lugar da teologia prática como disciplina teológica. **Estudos Teológicos**, Vol./No. 32/2 , p. 100-112, 1992. Disponível em: http://periodicos.est.edu.br/index.php/estudos_teologicos/article/view/963/932. Acesso em: 05 out 2022.

HOCH, Lothar Carlos. Reflexões em torno do método da Teologia Prática. In: SCHNEIDER-HARPPRECHT, Christoph; ZWETSCH, Roberto E. (org.). **Teologia Prática no contexto da América Latina**. 3. ed. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2011. Cap. 3. p. 59-71.

IECLB. **A IECLB nas Redes Sociais**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/a-ieclb-nas-redes-sociais Acesso em: 28 fev. 2023

IECLB. **Canal no Youtube**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/canal-no-youtube Acesso em: 28 fev. 2023

IECLB. **Comunicação na IECLB – uma palavra inicial**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/comunicacao-na-ieclb-uma-palavra-inicial Acesso: 28 fev. 2023.

IECLB. **Comunicação**. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/organizacao/comunicacao> Acesso em: 28 de fev. 2023.

IECLB. **Diretrizes para a comunicação na IECLB**. 1994. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/governanca-suporte-normativo/diretrizes-para-a-comunicacao-na-ieclb Acesso em: 28 fev. 2023.

IECLB. **IECLB lança aplicativo para smartphone**. 2021. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/noticias/comunicacao/ieclb-lanca-aplicativo-para-smartphone> Acesso em: 28 fev. 2023

IECLB. **Jornais no âmbito da IECLB**. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/noticias/comunicacao/jornais-no-ambito-da-ieclb> Acesso em: 28 fev. 2023

IECLB. **Jornal Evangélico Luterano**. Disponível em: https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/jornal-evangelico-luterano-1 Acesso em: 28 fev. 2023.

IECLB. **Programas de rádios**. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/noticias/comunicacao/programas-de-radios> Acesso em: 28 fev. 2023.

IECLB. **Transmissão de culto e mensagens em tempos de coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/noticias/comunicacao/transmissao-de-cultos-e-mensagens-em-tempos-de-coronavirus> Acesso em: 28 fev. 2023.

IECLB. **Deus se comunica com a humanidade**. Disponível em:

https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/comunicacao/deus-se-comunica-com-a-humanidade-2. Acesso em: 28 fev. 2023.

IECLB. **Portal Luteranos**. 2023. Disponível em: <https://www.luteranos.com.br/>. Acesso em: 19 jun. 2023.

IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 33. Cacoal, Rondônia; 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2020-2022**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2022.

IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. Concílio Geral; 32. 2020.; GENZ, Sílvia B.; BECHERT, Marcos. **Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil: Relatório 2018-2020**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2020.

IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. **Metas missionárias 2019-2024**. Porto Alegre, RS: IECLB, 2019.

JONAS VALENTE (Brasília). Repórter da Agência Brasil. **Brasil é o 3º país em que pessoas passam mais tempo em aplicativos**: o download anual de aplicativos cresceu 45% nos últimos três anos. O download anual de aplicativos cresceu 45% nos últimos três anos. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-01/brasil-e-o-3o-pais-em-que-pessoas-passam-mais-tempo-em-aplicativos>. Acesso em: 16 ago. 2022.

KIRST, Nelson. **Rudimentos de Homilética**. São Leopoldo. Editora Sinodal, 1985. p.

KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia**: interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LUTERO, Martinho. À Nobreza Cristã da Nação Alemã, acerca da Melhoria do Estamento Cristão. In: LUTERO, Martinho. **Obras Seleccionadas**: o programa da reforma - escritos de 1520. 4. ed. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2016. v. 2. p. 277-340. Tradução de Martin Dreher.

LUTERO, Martinho. Gênesis 1.1-2.25. In: LUTERO, Martinho. **Obras Seleccionadas**: volume 12 - interpretação do antigo testamento - textos selecionados da preleção sobre gênesis. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2014. p. 56-166. Tradução Geraldo Korndörfer.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação & Identidade**: quem você pensa que é?. São Paulo: Paulus, 2012.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2017. 172 f. Epub.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, Rj: Vozes, 2014.

MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião**: a construção de vínculos religiosos na cibercultura. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2012. 160 p.

- MIRANDA, Mario de França. O Cristianismo entre o próximo e o distante no processo comunicativo. In: ALTEMAYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise. **TEOLOGIA e COMUNICAÇÃO: corpo, palavra e interfaces cibernéticas**. São Paulo: Paulinas, 2011. Cap. 10. p. 161-175.
- NORD, Ilona. **Realitäten des Glaubens: zur virtuellen dimension christlicher religiosität**. Berlin: Walter de Gruyter, 2008.
- PINTO, Homero Severo. IGREJA EVANGÉLICA DE CONFISSÃO LUTERANA NO BRASIL. **Missão de Deus, nossa paixão: texto-base para o Plano de Ação Missionária da IECLB 2008-2012**. São Leopoldo: Sinodal, 2008. 82 p.
- PUNTEL, Joana T. Comunicação virtual: ciberespaço, interculturalidade e telereleções. In: ALTEMAYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Teologia e Comunicação: corpo, palavra e interfaces cibernéticas**. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 147-160.
- PUNTEL, Joana T. **Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática**. São Paulo, SP: SEPAC, Paulinas, 2010 264 p.
- PUNTEL, Joana T. **Cultura midiática e Igreja: uma nova ambiência**. 2. ed. São Paulo, SP: Paulinas, 2012. 149 p.
- PUNTEL, Joana Teresinha; SBARDELOTTO, Moisés. Da Reforma histórica à: desafios teológicos contemporâneos. **Estudos Teológicos**, [S.L.], v. 57, n. 2, p. 350, 29 dez. 2017. Faculdades EST. <http://dx.doi.org/10.22351/et.v57i2.3114>.
- RAMOS, Luiz Carlos. A pregação na idade humana: horizontes homiléticos para a igreja do futuro. **Tear Online: liturgia em revista**, São Leopoldo, v.1, n.2 , p. 40-47, 2012. Disponível em: <http://periodicos.est.edu.br/index.php/tear/article/view/441/457> Acesso em: 15 abr. 2023.
- ROSIN, Robert. O MEIO MOLDA A MENSAGEM. In: BUSS, Paulo W. (org.). **Lutero e a Comunicação: o uso da mídia na proclamação do evangelho**. Porto Alegre: Concórdia, 2015. p. 35-64.
- SBARDELOTTO, Moisés. **Comunicar a fé. Por quê? Para quê? Com Quem?** Petrópolis. Vozes, 2020.
- SBARDELOTTO, Moisés. **'E o verbo se fez bit': a comunicação e a experiência religiosas na internet**. Aparecida, SP: Santuário, 2012. 367 p.
- SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital**. São Paulo, SP: Paulinas, 2017.
- SILVA, Aline Amaro da. Ciberteologia: teologia no cenário contemporâneo global.. In: **ANAIS DO 28º CONGRESSO INTERNACIONAL DA SOTER: RELIGIÃO E ESPAÇO PÚBLICO: CENÁRIOS CONTEMPORÂNEOS**, 2015, Belo Horizonte. Belo Horizonte: SOTER, 2015.
- SILVA, Aline Amaro da. **Catequese Digital: por onde começar?**. São Paulo: Paulus, 2021.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAIS, Dênis de (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-32.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002. 269 p.

SOUZA, Mauro Batista de. A Nova Homilética na América Latina: os ouvintes como ponto de partida. In: SCHNEIDER-HARPPRECHT, Christoph; ZWETSCH, Roberto E. (org.). **Teologia Prática no contexto da América Latina**. 3. ed. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2011. Cap. 7. p. 130-146.

SPADARO, Antonio. **Web 2.0**: redes sociais. São Paulo, SP: Paulinas, 2013. 151 p.

SPADARO, Antonio. **Ciberteologia**: pensar o cristianismo nos tempos da rede. São Paulo, SP: Paulinas, 2012. 183 p.

SUSIN, Luiz Carlos. FAZER TEOLOGIA EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO NOTA SOBRE MÉTODO EM TEOLOGIA. **Perspectiva Teológica**, [S. l.], v. 31, n. 83, p. 97, 1999. Disponível em: <https://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/perspectiva/article/view/841>. Acesso em: 05 mar. 2023. p. 106.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 5. ed. Petrópolis, Rj: Vozes, 2002. 261 p.

VICTOR HUGO SILVA (Brasil). G1. **81% da população brasileira acessou a internet em 2021, diz pesquisa**: tv supera computador como meio. TV supera computador como meio. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/06/21/81percent-da-populacao-brasileira-acessou-a-internet-em-2021-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 16 ago. 2021.

VOLKMANN, Martin. Teologia Prática e o ministério da igreja. In: SCHNEIDER-HARPPRECHT, Christoph; ZWETSCH, Roberto E. (org.). **Teologia Prática no contexto da América Latina**. 3. ed. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2011. Cap. 4. p. 73-89.

WESTHELLE, Vitor. O sacerdócio de todas as pessoas crentes: Martim Lutero e a Igreja de Adão. In: HOFFMANN, Martin; Beros, Daniel C.; MOONEY, Ruth. **Radicalizando A Reforma**: outra teologia para outro mundo. São Leopoldo: Editora Sinodal, 2017. p.313-324.