

Novas Territorialidades Religiosas - A Igreja na Rede¹

Karina Inácio de Araujo Lambert²

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES.

Resumo

Os muros disciplinares que demarcavam os espaços sagrados se modificam frente ao olhar maquínico da internet, que cria um novo espaço, o ciberespaço, e conseqüentemente novos territórios, agora conectados a satélites e redes digitais. O templo religioso, antes local supremo da prática da fé e da autoridade eclesiástica agora divide fronteiras com o espaço virtual e o poder, outrora concentrado nas instituições, hoje é descentrado e disseminado entre os nós das redes onde não há diferenças entre emissor e receptor e a informação circula em tempo real para todos. Assim, a Internet pode ser vista, em certa medida, como facilitadora de mudanças tanto na identidade religiosa quanto na estrutura organizacional da igreja, fazendo com que as autoridades religiosas busquem na rede novas formas de contato com os indivíduos, de forma a recuperar e manter sua legitimidade na sociedade.

Palavras-chave: ciberespaço; religião; autoridade; poder; território.

1. Introdução

A história da humanidade é marcada por processos de mudanças. As condições históricas de um determinado período influem no processo de construção da identidade. Muitos autores como Featherstone (1995) consideram, que vivemos no período denominado pós-moderno, onde as mudanças nas práticas e experiências cotidianas de diferentes grupos podem estar usando “regimes de significação de diferentes maneiras desenvolvendo novos meios de orientação e estruturas de identidades” (FEATHERSTONE, 1995, p. 32). Essa condição Pós-Moderna tem como uma de suas características as tecnologias de informação.

Vivemos numa época de comunicação generalizada, uma sociedade midiaticizada, onde a utilização em larga escala do meios de comunicação apontam para uma mudança nas formas de ser dos sujeitos pós-modernos, e conseqüentemente na forma como as instituições passaram a lidar com seus públicos. Vemos ascender o fenômeno da midiaticização em várias instâncias da vida em sociedade, inclusive na religião.

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação e Territorialidades da UFES, email: karina.iaraujo@gmail.com

Assim, levando em consideração essas transformações, argumentaremos aqui a respeito de como o processo de mediação da sociedade, principalmente com as novas tecnologias de informação, repercute sobre as formas de funcionamento do campo religioso. O que vemos acontecer nos nossos dias é uma espécie de corrida das instituições religiosas a fim de se manter como reguladora de sentidos, posição na qual vem perdendo terreno há algum tempo (HERVIEU-LÉGER, 2015). Embora as mudanças para se adaptar às circunstâncias sociais sempre aconteceram, a era da informação, como também é chamada a nossa contemporaneidade, marcada pelo fenômeno digital e por identidades muito mais fluidas e móveis, trouxe desafios que ameaçam toda a cadeia institucional religiosa.

Portanto, a pretensão desse trabalho é compreender como as instituições religiosas protestantes, por meio da interface religião/rede, buscam estabelecer sua territorialidade no ciberespaço, criando novos vínculos com a sociedade a fim de manter sua legitimidade.

2. Contextualizando Religião e Pós-Modernidade

“...as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado.” (HALL, 2014, p. 9.)

Para Hall um novo tipo de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX, fragmentando as paisagens culturais que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais (HALL, 2014). As mudanças citadas por Hall datam do período da história que alguns autores denominam como Pós-modernidade, que se inicia na segunda metade do século XX (HALL, 2014), marcado por novos paradigmas que representam uma virada cultural nos hábitos e costumes. Sendo a pós-modernidade um tema bastante polêmico no meio intelectual, foge ao nosso objeto levantar discussões sobre questões relacionadas às diversas teorias relativas à passagem da modernidade para a pós-modernidade. Portanto, neste artigo adotamos a mesma posição de Fredric Jameson (1997), o que significa afirmar que vivemos no período pós-moderno que é a lógica cultural da atual fase do capitalismo. Para o autor, não trata-se de uma ruptura com o período anterior, mas de uma nova etapa do desenvolvimento do capitalismo, o chamado Capitalismo Tardio.

Com as mudanças trazidas pela pós-modernidade, parecem surgir novas formas de contato com o sagrado o que pode ser explicado pelas identidades serem agora mais fluidas,

fragmentadas, plurais (HALL, 2014). Hervieu-Léger vê essa nova relação entre modernidade e religião sob dois aspectos: a dispersão das crenças das condutas por um lado e a desregulação institucional por outro (HERVIEU-LÉGER, 2015). Os indivíduos passam a experimentar novas formas de experiência religiosa, fazendo surgir novas formas do crer, diferentes daquelas transmitidas diretamente pelas instituições.

As instituições religiosas aparecem nesse cenário em uma situação de mercado com uma multiplicidade de ofertas simbólicas. Nesse momento observa-se o fortalecimento das igrejas institucionais na competição do mercado religioso.

Vemos ascender o fenômeno neopentecostal³ num momento dominado pela economia de mercado, pelo capitalismo competitivo. Regida pelas leis de mercado e pela competitividade, como afirma Berger (1985) “a religião não pode mais ser imposta mas tem que ser posta no mercado” (p. 156). Leva-se em conta os desejos dos consumidores e o que eles esperam receber em troca ao serem participantes desta ou daquela igreja.

O contexto histórico mostra uma igreja perfeitamente compatível com o capitalismo, talvez não mais da mesma forma como Weber refletira em “A ética protestante e o espírito do capitalismo”, mas como uma instituição que lança mão das estratégias de mercado para alcançar seus objetivos. Marketing, publicidade, marcas e principalmente o uso da mídia, são algumas das estratégias das instituições religiosas do século XX para alcançarem o público “consumidor”. Para Mariano:

Gerenciam-se igrejas com métodos modernos de administração. Criam-se empresas que orbitam em torno de atividades religiosas, como produtoras, gravadoras, agências de turismo, editoras, livrarias. Transformam-se garagens, teatros, cinemas, casas de show, fábricas e supermercados em templos. (MARIANO, 1999, p. 103)

Imersos em uma sociedade de consumo, onde tudo parece se tornar mercadoria (FEATHERSTONE, 1995), podemos assim identificar um verdadeiro mercado religioso

³ Segundo Ricardo Mariano, o Neopentecostalismo é uma modalidade religiosa evangélica, inspirada no modelo das “igrejas eletrônicas” norte-americanas, que surge no Brasil no final da década de 1970. Em sua diversidade de igrejas, o Neopentecostalismo guarda, por um lado, semelhanças com o pentecostalismo clássico – ênfase nos dons do Espírito Santo como explicação para curas, milagres e interpretação bíblica – e, por outro, exibe diferenças em relação a esse pentecostalismo no que tange a: liberação de hábitos da vida cotidiana, com formas de vestir, defesa da “teologia da prosperidade”; acentuada ênfase na atuação do diabo como explicação dos males, combates às religiões mediúnicas e ao catolicismo; extensa prática de rituais de cura e exorcismos; ostensiva atuação midiática e político-partidária, estruturada, em geral, com base no modelo de gestão empresarial adotado pela Igreja Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça de Deus, Renascer em Cristo, Mundial do Poder de Deus, Ministério Sal da Terra, e uma miríade de denominações evangélicas de origem mais recente. (cf. MARIANO, 1999, p. 32-40). MARIANO, Ricardo. **Neopentecostalismo: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1999.

que cada vez mais, sai da esfera onde toda forma de aproximação divina se dá no seio da instituição religiosa e da tradição, se deslocando para a mídia, que se mostra como uma nova instância organizadora das relações sociais.

Com a cultura midiática sendo parte das estratégias e táticas simbólicas das igrejas, o que se vê não é mais uma religião focada na disciplina, em pregações focadas no transcendente, mas uma religião que cede terreno para forças secularizantes adaptando suas mensagens aos anseios das massas (MARIANO, 1999).

O crescimento do uso da mídia por parte das instituições religiosas protestantes as fizeram alçar voos nunca antes conquistados, aumentando seus seguidores e também desacelerando o crescimento católico que era o mais expressivo na modernidade. A população pentecostal mais que dobrou a cada década a partir de 1980, passando de 3,9 milhões em 1980 para 8,8 milhões em 1991 e 18 milhões em 2000. Já os católicos apesar de continuarem crescendo, mostram um crescimento mais lento que o médio anual, passando a partir 1991 a 2000, de um pouco mais de 3 milhões de pessoas. Apesar dessa ser a religião com maior número de seguidores do país, as taxas de crescimento mostram uma perda de influência da igreja católica no Brasil⁴.

Mas, mesmo com crescimento significativo e uma luta constante para se manter no poder, as igrejas protestantes se deparam com o terceiro grupo que mais cresce nas estatísticas brasileiras: os sem-religião.

[...] o número de pessoas que se declaram sem religião encontra-se em constante crescimento no Brasil: 700.000 em 1970, 2 milhões em 1980, 7 milhões em 1991 e 12,5 milhões em 2000. Assim, o aumento observado entre 1991 e 2000 é excepcional, representando uma variação de 5,5 milhões de habitantes. No entanto, se fosse corrigido pela taxa de crescimento demográfico, o aumento dos "sem religião" seria da ordem de 4,4 milhões de pessoas, ou seja, menor do que o ocorrido entre 1991 e 2000, o que significa uma variação superior à taxa de crescimento demográfico do país. Em consequência, esta categoria ocupa o terceiro lugar no Brasil, em relação às declarações do Censo de 2000, situando-se após os católicos e os evangélicos pentecostais.⁵

O número cada vez mais expressivo dos sem-religião parece representar novas formas de se pensar o sagrado, o que faz com que as instituições religiosas, mesmo tendo

⁴ Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil - Cesar Romero Jacob ... [et al.]. - Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio ; Sao Paulo: Loyola, 2003

⁵ ibidem

avançado em números, se deparem com uma perda significativa e crescente de “ sua capacidade social e cultural de impor e regular crenças e práticas” (HERVIEU- LÉGER, 2015, p. 41).

[...] sem dúvida, uma fração importante das pessoas que se dizem sem religião acredita em Deus, sem participar, no entanto, das instituições religiosas e sem se sentir pertencendo a uma comunidade confessional. Nesse sentido, mais do que o crescimento do ateísmo, trata-se, ao que tudo indica, de um enfraquecimento das religiões como instituições.⁶

“A crença “não desaparece, ela se desdobra e se diversifica” (HERVIEU-LÉGER, 2014, p. 44). Essas mudanças se intensificam na segunda metade do século XX, junto com o projeto pós-moderno em que consolidam-se as tecnologias de comunicação, com a TV iniciando essa revolução informacional, e que alcança seu auge na contemporaneidade com a internet e suas evoluções que não cessam de acontecer.

A internet passa exercer um papel importante no comportamento das pessoas à medida que as instituições-casca se enfraquecem (GIDDENS, 2011). Na contemporaneidade podemos vislumbrar como a abundância de informação e relações sociais disponíveis nesse novo espaço, o ciberespaço, contribui para o surgimento de novas identidades, múltiplas, plurais, descentradas (HALL, 2014). “Identidades religiosas que deixam de ser reguladas, novos movimentos espirituais que proliferam, incertezas jurídicas e políticas na gestão pública das religiões” (HERVIEU-LÉGER, 2015, p.29).

Assim, ao que parece, há uma relativização da autoridade religiosa, fazendo com que as instituições religiosas busquem novas alternativas junto aos meios de comunicação, com destaque para a internet, com o intuito de recuperar e manter sua autoridade. Com isso, mudam as formas de se lidar com o sagrado, o que culmina em grandes mudanças dentro do campo religioso para abarcar a multiplicidade de identidades que, como afirma Hall, não cessam de se fragmentar (2014) e conseqüentemente contribuem para a fragmentação das instituições religiosas (HERVIEU-LÉGER, 2014). Logo, em uma sociedade em que as mídias ocupam a centralidade na vida dos indivíduos, a religião parece delas se apropriar com o intuito de recuperar seu papel central outrora exercido.

3. Ciberespaço e Novas territorialidades Religiosas

⁶ ibidem

O espaço de fluxos não é etéreo, mas ancorado nos espaços de lugar. São computadores interligados, redes de satélites, cabos de fibra ótica, servidores etc., criando uma infraestrutura concreta de constituição das redes telemáticas. Nessa fusão de espaço de lugar e espaço de fluxo, vemos a constituição dos territórios informacionais: além do território físico, do controle simbólico, corporal, cultural, vemos surgir uma nova dimensão, um território que podemos chamar de território de controle de informação, o território digital informacional⁷

Castells (1999) chama o ciberespaço de espaço de fluxos, uma nova lógica espacial que está em polaridade com os espaços de lugar, que seriam os espaços físicos de um local, o espaço urbano. Sendo o espaço, na teoria social, um local de suporte material onde se dão as práticas sociais, tendo assim uma função e um sentido social (CASTELLS, 1999), nota-se que a sociedade em rede ao promover novas formas de práticas sociais, mediadas pelas tecnologias eletrônicas, promove o surgimento dessa nova forma espacial, o espaço de fluxos. “A infra-estrutura tecnológica que constrói a rede define o novo espaço como as ferrovias definiam as “regiões econômicas” e os “mercados nacionais” (CASTELLS, 1999, p.502).

A internet e sua mediação digital diminui as distâncias e as ressignificações na noção de espaço e tempo. Navegar pela internet já faz parte do cotidiano de grande parte da população brasileira⁸. Devido à sua penetrabilidade em quase todas as esferas da sociedade humana, a revolução da tecnologia da informação torna-se essencial para entendermos a complexidade da nova economia, sociedade e cultura em formação (CASTELLS, 1999).

As chamadas redes sociais se popularizaram após a revolução digital, apesar de já existirem muito antes do mundo online. Quando falamos de redes falamos de relações, de laços. Sabe-se que os laços sociais entre os indivíduos não são exclusivos do ambiente online, o que acontece a partir da internet é uma verdadeira revolução não só com “novas práticas sociais, mas com alterações na própria vivência do espaço e do tempo como parâmetros da experiência social” (CASTELLS, 1999, p. 36). Um novo paradigma surge,

⁷ LEMOS, André. CIBERCULTURA COMO TERRITÓRIO RECOMBINANTE. Transcrição revisada da conferência ministrada no evento "Territórios Recombinantes", realizado no Instituto Goethe (ICBA), em Salvador, em agosto de 2006.

⁸ Quando se considera todo o conjunto de pessoas com acesso ao computador com internet em casa ou no local de trabalho, o número é de 103,4 milhões. O número de pessoas que usam o smartphone para ter acesso à internet continua em crescimento no Brasil e chegou a 72,4 milhões no segundo trimestre de 2015. Pesquisa NetView - Nielsen IBOPE 2015. <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Brasileiros-com-internet-no-smartphone-ja-sao-mais-de-70-milhoes.html>> Acesso em 02/06/2016

um paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia de informação. A rede de relações offline não deixa de existir, mas surge uma rede com muitas mais conexões, conexões essas estabelecidas e alimentadas através de ferramentas digitais

Surgem novas formas de se relacionar com a cidade, com os indivíduos, novas formas de interação social. A rede permite nos relacionarmos com diversos espaços, as fronteiras são apagadas, criam-se processos de desterritorialização, mas também de novas territorializações.

Para nossos propósitos, a característica mais importante das redes é seu efeito concomitantemente territorializador e desterritorializador, o que faz com que os fluxos que por elas circulam tenham um efeito que pode ser ora de sustentação, mais ‘interno’ ou construtor de territórios, ora de desestruturação, mais ‘externo’ ou desarticulador de territórios (HAESBAERT, 2004, p. 294).

A sociedade em Rede, rompe com os limites físicos e temporais e assim permite uma sobreposição de territórios, a multiterritorialidade. Há um território virtual (LEVY, 1999) que passa a ser ocupado pelos indivíduos através dos seus perfis na rede. Nas redes sociais digitais cada pessoa com acesso à internet pode criar seu perfil e a interagir com os perfis das outras pessoas. Trocam-se mensagens, áudios, vídeos, experiências, emoções, opiniões. As identidades se atualizam constantemente pelas redes sociais. A comunicação acontece sem que tenhamos que sair de casa. Ocupamos e nos movemos por diversos territórios apenas com cliques, interagimos por aplicativos de comunicação. Telas e teclados interligados em rede nos permitem, visitar, conhecer, habitar. Como McLuhan (1964) já havia destacado, com as novas tecnologias surgem novas formas de se relacionar, de habitar. Há assim um impacto direto sobre os territórios.

Há aqui uma imbricação entre os diversos territórios que compõem essa minha experiência: o território físico (o ICBA, Salvador, Brasil...), meu território corporal e subjetivo, o território econômico, jurídico, cultural onde estou imerso, o meu território informacional, ao qual somente eu tenho acesso a partir de minhas senhas pessoais. Assim, o território informacional deve ser pensado nessa miríade de territórios e deve ajudar a manter a privacidade e a segurança do meu território. O reconhecimento do território informacional é comunicacional, mas também social e político. Ao aumentar a possibilidade de trocas entre consciências (blogs, fóruns, chats, redes p2p etc....), as mídias pós-massivas aumentam a probabilidade de ocorrência de processos comunicativos, ampliando as formas de recombinação. Com as tecnologias móveis e os territórios informacionais, essa potência da emissão, da conexão e da reconfiguração aumenta ainda mais as práticas de colaboração e recombinação, aliando de forma mais

forte comunicação, comunidade, sociabilidade e mobilidade. (LEMOS, 2006, p.45)

Inúmeros territórios são criados no espaço de fluxos, no ciberespaço, permitindo novas práticas sociais, locais de relações (RAFFESTIN, 1993). O caráter interativo da rede tem permitido, cada vez mais, interação social, lazer, novas formas de linguagem, formação de comunidades que desenvolvem laços de sociabilidade e compartilham experiências, informações, conhecimento. Lemos traz a noção de território informacional, formado pelo espaço telemático, por senhas de acesso e lugares físicos de conexão. Esse novo território tem transformado o espaço urbano e a vivência nas grandes cidades permitindo uma constante re-territorialização.

No começo de século XXI as mídias locativas reforçam a hibridação do espaço físico com o ciberespaço, trazendo novas implicações para o espaço urbano. O fluxo comunicacional se dá por redes sem fio e dispositivos móveis, caracterizando a era da comunicação ubíqua, senciente e pervasiva (Lemos, 2006) das mídias locativas. Novas práticas sócio-comunicacionais emergem como vimos. As referências da cidade não se vinculam apenas às marcas territoriais físicas, mas a eventos informacionais dinâmicos, embarcados nos objetos e localidades. Essas transformações configuram a ciberurbe (Lemos, 2006, p. 11).

Tanto as mídias locativas, quanto as mídias sociais deixam explícito que com a internet surgem novos territórios, novas ocupações. Muda-se a forma de se relacionar com o espaço vivido, estabelecem-se novas relações com a cidade, com os indivíduos, com o Estado e também com a religião. Assim, o que vemos na sociedade em rede é um “processo de reterritorialização espacialmente descontínuo e extremamente complexo”. (HAESBAERT apud HAESBAERT, 2004, p. 20). Para entender essa questão é preciso ter uma visão do território para além da dimensão material na realidade contemporânea, que, dominada pelo mundo das imagens e das representações mostra-nos um território muito mais relacional.

“[...] dentro dessas novas articulações espaciais em rede surgem territórios-rede flexíveis onde o que importa é ter acesso, ou aos meios que possibilitem a maior mobilidade física, dentro da(s) rede(s), ou aos pontos de conexão que permitam "jogar" com as múltiplas modalidades de territorialidade existentes, criando a partir daí uma nova (multi)territorialidade. (HAESBAERT, 2004, p. 39)

Sendo a territorialidade as relações que se dão dentro do território, para Gil Filho (1999) a territorialidade do sagrado seria a ideia da ação institucional de apropriação simbólica de determinado espaço sagrado. Concebe-se assim a territorialidade no espaço simbólico religioso como uma estratégia de controle das formas como se dão as de relações dentro do espaço sagrado. Todavia, a apropriação multiterritorial dos indivíduos promovem mudanças identitárias que transformam, diversificam as relações com o espaço, o território, as instituições. As identidades tornadas mais fluidas, mais diversificadas pela dinâmica em rede promovendo novas territorialidades, mais descentradas, menos hierarquizadas, distantes de uma tradição unificante. As formas sociais tradicionais tem sido cada vez mais questionadas. Levy (1999) traz a noção de “desterritorialização da biblioteca” com novas formas de construção de conhecimento, assim também podemos falar de uma desterritorialização da igreja, com novas formas do crer.

É importante nos atentarmos para a importância do território físico para a instituição religiosa. A territorialidade religiosa se expressa há séculos na paisagem do santuário que representa “o marco do espaço construído e de significação simbólica da presença do sagrado” (GIL FILHO, 2012, p. 101). A instituição religiosa atua com suas estruturas de gestão e ação social da religião, e se apropria tanto do lugar igreja, considerado sagrado, quanto dos seus atores sociais que são submetidos à hierarquia entre clero e leigos (GIL FILHO, 2012). Ali o discurso religioso se legitima e se torna carregado de significado. Entretanto o que vemos na pós-modernidade é cada vez mais o templo religioso, antes local supremo da prática da fé e da autoridade eclesiástica dividindo fronteiras com o espaço virtual, e o poder, outrora concentrado nas instituições, hoje é descentrado e disseminado entre os nós das redes onde não há diferenças entre emissor e receptor e a informação circula em tempo real para todos.

No território-rede da internet, os líderes religiosos, que personificam o poder da instituição de gestão do sagrado, dividem o “púlpito virtual” com inúmeros porta-vozes que compartilham de suas crenças, muitos contra, muitos a favor da tradição cristã, mas todos com uma similaridade, abalam juntos a autoridade central das instituições que foram a única voz da religião por séculos.

As novas formas de se encarar a autoridade e a hierarquia, as novas materialidades trazidas pela web 2.0 trouxeram mudanças de identidade e conseqüentemente parecem mudar o discurso, os rituais e a religiosidade como tradicionalmente a conhecemos descortinando uma ‘nova religião’ na era digital. O crescimento protestante trazido pelas

mídias de massa, como TV e rádio restringiam o discurso à instituição religiosa, sendo um canal de mão única. Com a comunicação todos-todos (LEVY, 1999), característica da web, onde não há polos claramente definidos entre produtores e receptores, a instituição divide seu espaço com outros indivíduos. Agora esse espaço da experiência religiosa é um campo aberto, está em todo lugar onde o sinal de internet pode alcançar. Assim no ciberespaço há inúmeros processos de re-territorialização para prática da fé. São inúmeros sites, perfis e páginas nas redes sociais, canais de vídeos que buscam transmitir a mensagem cristã, sejam ligados a instituições religiosas ou não. A presença ou ausência na rede são fontes cruciais de dominação (CASTELLS, 1999), portanto ao que parece, a religião tem ocupado esse território para recuperar e manter sua legitimidade.

É possível encontrar na web inúmeros exemplos de líderes religiosos que usam a rede como forma de manter sua autoridade. Por ser um território de questionamento das hierarquias em que as manifestações individuais de religiosidade ganham cada vez mais espaço, as instituições religiosas parecem ganhar mais voz ao serem encarnadas por seus líderes religiosos na web, sendo que estes, com seu carisma, alcançam muito mais seguidores nas redes sociais que as páginas de suas respectivas igrejas. A Igreja Universal do Reino de Deus, por exemplo, apresenta 1.871.415 seguidores⁹ enquanto seu líder Edir Macedo tem 2.042.23 milhões de seguidores¹⁰.

Com a performance desses líderes a instituição se torna reconhecida por seus representantes numa busca para manter sua territorialidade na rede que vai muito além da evangelização. Na última onda de pesquisa americana sobre autoridade religiosa, Cheong (apud Campbel, 2012) mostra que os líderes veem a internet, não mais como uma ameaça a sua autoridade, como nas primeiras pesquisas realizadas nos anos 90, mas como um espaço de complementaridade tendo papel positivo na vida dos indivíduos. Assim eles a usam para manutenção de sua autoridade havendo uma harmonia entre as práticas online com as atividades das comunidades religiosas. Cheong também aponta para o que ela e outros pesquisadores chamam de “estratégia arbitrária” em que os líderes religiosos tem ajustado sua identidade social que passa de líderes e sábios para a de guias e mediadores de conhecimento. Por exemplo, resultados de um estudo de pastores cristãos mostrou como líderes monitoram sua comunicação on-line e justificam a validade de sua autoridade (por exemplo através da elaboração de conteúdo sobre as escrituras e sublinhando as suas

⁹ <https://www.facebook.com/IgrejaUniversal/?fref=ts> Acesso em 03/06/2015

¹⁰ <https://www.facebook.com/BispoMacedo/?fref=ts> Acesso em 03/06/2015

próprias interpretações através de novos ministérios "on-line" e atividades de *branding*), a fim de reforçar sua regulação normativa (Cheong et al. 2011a apud Campbel, 2012).

Vemos essas questões claramente nas páginas das redes sociais de vários líderes religiosos no Brasil com reflexões que eles fazem sobre a bíblia ou até mesmo sobre outros assuntos sejam culturais, políticos ou econômicos, em que são criados layouts a partir de estratégias de comunicação e marketing para gerar comentários e compartilhamentos sendo assim disseminados não apenas entre a comunidade cristã, pois o compartilhamento em rede alcança uma pluralidade de indivíduos. O líder posta, é ele assim o “dono” da mensagem, os sujeitos comentam, positiva ou negativamente e também compartilham. Essa dinâmica parece amplificar sua voz, colocando os líderes religiosos em uma posição de mediadores do discurso religioso apresentado, numa posição de autoridade do discurso. Verifica-se uma ação institucional de apropriação desses espaços, em que se colocam como autoridade do discurso e portanto buscam estabelecer uma territorialidade institucionalizada no território online.

Assim, embora a territorialidade do sagrado na web não se limite apenas à igreja, sendo disseminada pelos nós da rede, o que vemos é uma presença cada vez mais constante dos líderes religiosos nas redes sociais, com discursos que vão muito além do religioso, numa aparente tentativa de se manter sempre presente ocupando um território cada vez maior como voz do discurso.

“Observa-se, por um lado, uma tendência à metaforização e à intelectualização das crenças tradicionais, da qual participam os teólogos das grandes igrejas a fim de restaurar a credibilidade cultural de sua mensagem em um ambiente secular (HERVIEU-LÉGER, 2015, p. 47).

Os discursos desses líderes se fortalecem na esfera pública, ao se focar não apenas no sagrado, mas nas mais diversas frentes passando pela política, cultura e direitos humanos. Muitos desses líderes encontram na rede uma visibilidade que os transforma em autoridades/referências religiosas atingindo outros públicos que não só os cristãos e ganhando destaque na mídia por seus discursos de rigidez moral que se tornam polêmicos por seu conservadorismo excessivo.

O pastor Silas Malafaia, líder da igreja Assembleia de Deus, é uma dessas figuras polêmicas que tem se tornado uma verdadeira “celebridade” midiática. Com mais de 1 milhão de seguidores nas redes sociais *Facebook*¹¹ e *Twitter*¹², esse líder se coloca como

¹¹ *Facebook* é uma rede de relacionamento social com mais de 1 bilhão de usuários do mundo todo. Entre suas funcionalidades está a publicação de conteúdo pessoal em forma de vídeos, fotos e texto, o compartilhamento de links de

autoridade cristã, mas, cada vez mais, apresenta na rede um discurso muito mais voltado para o secular que para assuntos relacionados ao sagrado.

Neste ano de 2016, o pastor colocou como pauta principal de seu discurso o impeachment a que foi submetida a presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, se mostrando um defensor ativo das políticas de direita e totalmente contrário ao governo do partido da presidenta, o PT¹³. No *Twitter*, rede social em que o líder se mostra mais ativo, com publicações diárias constantes, é possível observar que suas publicações raramente dizem respeito a crenças religiosas, sendo seu enfoque principal as críticas aos petistas, que ele costuma chamar de “esquerdopatas” e “petralhas”, e a todo o governo do PT, tendo como principal alvo o ex-presidente da república, Lula, e a atual presidenta. Esse tipo de abordagem parece uma tentativa de se manter como autoridade perante toda a sociedade, estabelecendo influência política, cultural, social e não apenas religiosa em uma sociedade secularizada, em que a religião não detém mais a hegemonia de outrora como produtora de sentido.

Numa análise dos tweets do pastor no mês de março de 2016, verifica-se que a palavra Deus só foi citada 20 vezes, enquanto o nome Lula aparece 91 vezes no mesmo período. Nesse mês o líder religioso twittou 963 vezes, desse total apenas 27 postagens faziam menção ao sagrado e 72 a assuntos relacionados à igrejas. A maioria, 792 postagens, eram referentes a assuntos políticos, a maioria criticando o governo do Partido dos Trabalhadores. O uso dessas mídias por parte dos líderes religiosos é muitas vezes explicado por seu potencial evangelizador, mas o que pode-se notar é um caráter muito mais re-territorializador, com o intuito de estabelecer a autoridade eclesiástica para além dos templos. A religião e o próprio sagrado ficam em segundo plano.

A partir dos comentários percebe-se que o pastor tem muitos seguidores que o apoiam comentando positivamente a favor de suas opiniões ali colocadas, curtindo e compartilhando as postagens. Mas é possível observar muitos seguidores contrários a muitas publicações do líder na rede social. Essas pessoas, além de fazerem críticas, colocam diversos questionamentos com relação ao teor das publicações do pastor. Nos comentários

notícias, vídeos, gifs e a criação de páginas, perfis, eventos e grupos de discussão que permite a participação ativa de seus usuários.

¹² *Twitter* é uma rede social que funciona como um microblog, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como "tweets").

¹³ O PT, sigla para Partido dos trabalhadores, é uma partido de esquerda que está no poder da presidência da república ininterruptamente desde 2002.

da publicação com mais interação¹⁴ em março de 2016, vemos muitos seguidores elogiando a postura do pastor ao falar de política, colocando-o como um “bom exemplo” para o povo brasileiro, como alguém que defende o país da corrupção. Mas, há também inúmeros seguidores que não concordam com as publicações de Malafaia questionando o porque de o pastor não falar da Bíblia, acusando-o de usar as redes sociais para fins eleitoreiros, para incitar o ódio. Ao todo foram 92 comentários nessa publicação sendo 32 de apoio ao líder religioso e 60 contrários.



Tal situação mostra como as crenças tem se disseminado e se conformado cada vez menos com modelos estabelecidos pelas instituições, que tem sua capacidade reguladora enfraquecida (HERVIEU-LÉGER, 2015) . Vê-se uma “crise de autoridade” e consequentemente líderes que buscam legitimidade junto às mídias sociais a qualquer custo, sendo polêmicos, adentrando nos mais diversos assuntos, como forma de se manter presente e recuperar a influência que outrora a igreja já teve na sociedade.

Considerações Finais

¹⁴ Postagem de feita em 22 de março de 2016 às 19:13 com 857 curtidas e 483 compartilhamentos. Disponível em <<https://twitter.com/PastorMalafaia/status/712462304152047616?lang=pt>> acesso em 06 de julho de 2016.

Na pós-modernidade e principalmente com a sociedade em rede, há um aspecto de perda da regulamentação institucional religiosa conforme descrito por Hervieu-Léger (2015), dando sinais da passagem de uma “religião instituída” para uma “religião recomposta”. Assim, o que se vê são [...] “instituições que tentam renovar sua pedagogia em direção às jovens gerações cujos comportamentos e expectativas as derrotam” (HERVIEU-LÉGER, 2015, p. 57), numa tentativa de conquistar, ou reconquistar seu espaço na cenário religioso contemporâneo em que se evidencia uma territorialidade institucional enfraquecida e que divide a cena com diversas outras territorialidades religiosas. A possibilidade de qualquer pessoas gerar conteúdo e manifestar seus pensamentos por meio de ferramentas online através de publicações em blogs e redes sociais “relativizou doutrinas e tradições teológicas e a autoridade das clássicas lideranças (pastores, bispos, presidentes de igrejas)” (CUNHA, 2016, p.14).

Revela-se assim uma religião, encarnada na figura de seus líderes, que se apropria dos aparatos midiáticos, principalmente das mídias sociais digitais, para expandir sua territorialidade de forma a se manter na conquista, não apenas de seguidores, mas de autoridade, haja visto o interesse cada vez maior desses líderes por assuntos políticos que muitas vezes são a pauta de maior destaque em suas páginas e perfis . Assim, usa-se os meios de uma sociedade secularizada, pregando no entanto a autonomia da igreja detentora dos valores éticos e morais da fé cristã.

Ao adentrar em assuntos políticos, a religião tem alcançado grande influência na cena política brasileira, sendo a bancada evangélica a segunda maior no congresso nacional com 76 deputados de várias denominações protestantes¹⁵, que tem mostrado com seus atos públicos que “participam da vida político-partidária com o fim explícito de alcançar favores que beneficiem a religião” (PRANDI, 1992, p. 86). Torna-se dessa forma, extremamente necessário, por esses e outros motivos, estudos na interface mídia/religião de forma a entender e interpretar as formas de interação da religião com outras dimensões da vida social, política e cultural.

REFERÊNCIAS

BERGER, Peter L. **O dossel Sagrado: elementos para um doutrina sociológica da religião**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1985.

¹⁵ <http://www.diap.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=14637-evangelicos-crescem-no-congresso-psc-lidera-em-numero-de-parlamentares> Acesso em 25/05/2016.

CAMPBELL, Heidi. A (org.). **Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds**. New York: Routledge, 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

CUNHA, Magali Nascimento. **Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais**. Revista FAMECOS: Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2011.

GIL FILHO, Sylvio Fausto. **Espaço de representação e territorialidade do sagrado: notas para uma teoria do fato religioso**. Revista Ra'e Ga. V.3, p. 91-120, 1999.

GIL FILHO, Sylvio Fausto. **Espaço Sagrado: estudos em geografia da religião**. Curitiba: Inter Saberes, 2012.

HAESBAERT, Rogério. **Território e Multiterritorialidade. Um Debate**. I Seminário Nacional sobre Múltiplas Territorialidades, Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRGS, Curso de Geografia da ULBRA e AGB-Porto Alegre, 23 de setembro de 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10ª. Ed. Rio de Janeiro: Editora Lamparina, 2014.

HERVIEU-LÉGER, Danièle. **O Peregrino e o Convertido. A religião em movimento**. Petrópolis - RJ: Vozes, 2015.

JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo. A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1997.

LEMONS, André. **CIBERCULTURA COMO TERRITÓRIO RECOMBINANTE**. Transcrição revisada da conferência ministrada no evento "Territórios Recombinantés", realizado no Instituto Goethe (ICBA), em Salvador, em agosto de 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999

MARIANO, Ricardo. **O futuro não será Protestante**. Ciências Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião, Porto Alegre, ano 1, n. 1, p. 89-114, set. 1999.

PRANDI, Reginaldo. **Perto da magia, longe da política: derivações do encantamento no mundo desencantado**. Novos Estudos CEBRAP, nº. 34, novembro 1992, p. 81-91.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. Tradução de Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.