

Secularização em Questão: o Ativismo Religioso Digital e as Eleições Presidenciais de 2018¹

Carlos Eduardo Souza Aguiar²

Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação, São Paulo, SP

RESUMO

O trabalho aborda o papel das redes digitais na emergência de novas formas de ativismo religioso e discute como essas novas dinâmicas colaboram na saturação da fronteira entre as esferas da religião e da política, elemento-chave do ideal de secularização. Busca-se compreender o papel ativo desse novo ativismo religioso nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, processo no qual instituições e religiosos se engajaram abertamente na disputa política, mobilizando suas redes de fiéis, sobretudo em torno de uma pauta moral. Em um contexto de pluralismo, as redes digitais permitem, paradoxalmente, além de uma tomada de palavra e visibilidade de uma série de minorais, a consolidação de movimentos conservadores de contrasecularização que reagem a essa reivindicação de direitos das minorias.

PALAVRAS-CHAVE: redes digitais; ativismo religioso; secularismo; eleições presidenciais de 2018.

São inegáveis as evidências de que a religião se posiciona cada vez mais no ambiente digital provocando um tipo de experiência que vai muito além da simples disponibilização de conteúdos por novos instrumentos. Essas mediações, caracterizadas por seu caráter tecnológico e reticular, modificam a própria experiência do religioso, influenciando, por sua vez, outros aspectos da contemporaneidade, como aqueles ligados à própria arena política, abrindo o debate da suposta crise de valores eminentemente modernos, como a secularização.

Se tradicionalmente a difusão dos meios de comunicação estava associada ao processo de secularização, nas últimas décadas observa-se o efeito oposto, primeiro com a tomada dos meios analógicos, como o rádio e a televisão, e agora as redes digitais. As religiões tradicionais ocupam as redes de forma intensa, não só disseminando informações ou agregando fiéis, mas disponibilizando diferentes experiências que podem ser vivenciadas por meio das tecnologias (AGUIAR, 2014). O ambiente das redes digitais torna-se, portanto, o lugar das grandes controvérsias contemporâneas e das disputas de valor na arena pública (CASTELLS, 2007), de modo que a esfera do político

¹Trabalho apresentado no GT 5 – Comunicação e Religiões, do PENSACOM BRASIL 2019.

²Doutor em Sociologia pela Université Sorbonne Paris Cité, Professor dos cursos de filosofia e comunicação da Fapcom, email: cadu.s.aguiar@gmail.com.

e da democracia, espaços da laicidade por excelência, se confundem cada vez mais com a esfera do religioso (MARIANO, 2011).

Contexto privilegiado dessas observações, a eleição presidencial de 2018 caracterizou-se como um dos processos eleitorais com maior engajamento religioso. Instituições e religiosos se engajaram abertamente na disputa política, mobilizando suas redes de fiéis, sobretudo em torno da pauta moral, muitas vezes baseados em *Fake News*, configurando-se como sendo movimentos de contrasecularização, porque articulados em reação a essa tomada de palavra inédito de diferentes minorias, possibilitadas pelas próprias redes.

Nossa comunicação está articulada em três eixos, primeiramente abordaremos as relações entre secularização e o ambiente digital, em seguida conduziremos uma pesquisa exploratória nas redes a partir de uma amostra não-probabilística obtida por meio de procedimentos de amostragem intencional com o intuito de debater o papel do ativismo religioso na eleição de Jair Bolsonaro e, por fim, analisaremos a disseminação dos movimentos de contrasecularização no contexto das redes digitais. Assim, pretendemos contribuir com o debate acerca do caráter paradoxal do processo de secularização no Brasil, complexificado com as últimas eleições.

SECULARIZAÇÃO NO CONTEXTO DIGITAL

Ocupou grande parte da reflexão sociológica do século XX o debate sobre a secularização, isto é, a progressiva emancipação da vida social, política, cultural da esfera do religioso, acompanhando o processo de modernização da civilização Ocidental a partir do século XVI. Como destaca Peter Berger (2011, p. 119):

Por secularização entendemos o processo pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religiosos. Quando falamos sobre a história ocidental moderna, a secularização manifesta-se na retirada das Igrejas cristãs de áreas que antes estavam sob seu controle ou influência: separação da Igreja e do Estado, expropriação das terras da Igreja, ou emancipação da educação do poder eclesiástico, por exemplo.

Segundo essa definição clássica, a secularização tem um efeito amplo e categórico na medida em que afeta a totalidade da vida cultural e mesmo a consciência individual. O grande vetor desse processo é a economia moderna, marca do capitalismo

industrial, que leva esse ideal para diferentes rincões do planeta. Evidentemente, existem graus de secularização, isto é, os diferentes países conheceram diferentes estágios desse processo. O Brasil, por exemplo, é muito menos secularizado que países europeus e aqui estado e religião sempre estiveram historicamente muito atrelados. A grande questão levantada por Berger e que merece nossa atenção é que, consequência desse processo, a religião é lançada para a esfera privada, de modo que a religião se transforma em escolha individual. A religião não tem mais a capacidade de estruturar a totalidade da vida social, está restrita a aspectos específicos da vida, que podem até estar segregados da vida secular. Desse contexto emerge tanto o fim do monopólio das tradições, que não podem mais contar com a submissão automática das populações, como o advento do pluralismo religioso.

Doravante, as religiões devem competir entre si pelas clientelas e competir, inclusive, com agências não-religiosas na tarefa de definir o mundo. Como Berger nos alerta, a situação de pluralismo é uma situação de mercado e os bens religiosos tornam-se bens de consumo. Essa situação pluralista provoca, entre as instituições religiosas, uma necessidade de adaptar seus produtos aos desejos dos consumidores, de modo que os bens religiosos estão sujeitos, doravante, as inclinações da moda; inclinações essas que estão muito atrelados a consciência secularizada dos consumidores. Para Berger, as religiões continuam relevantes apenas nessa área dos problemas privados, e irrelevantes na resolução de problemas econômicos e políticos.

Nesse contexto, os meios modernos de comunicação de massa foram associados tradicionalmente à intensificação desse processo. No entanto, a tomada das mídias de massa pelas religiões e religiosos, e a ocupação cada vez mais intensa das próprias redes digitais nos obriga a renovar a discussão da relação entre as mídias e a secularização. A própria secularização não pode ser considerada de modo exterior ao ambiente midiático no qual esses processos acontecem, o que é causador de profundos paradoxos:

O aparente paradoxo entre a secularização da sociedade e a visibilidade pública de algumas denominações religiosas pode ser compreendido em termos de midiaticização da religião. A inserção nesse processo não só é desigual como também parece ser responsável pelo sucesso ou insucesso – midiático – de algumas denominações em relação a outras, algo que se pode observar também em termos de presença nas discussões públicas, práticas sociais e no cotidiano dos fiéis (MARTINO, 2017, p. 103).

De fato, a nossa atualidade é marcada por uma forte convergência entre religião e mídia, a tal ponto de assistirmos um processo de midiaticização da religião (CUNHA, 2017; GOMES, 2010; MARTINO, 2016), processo intensificado com o advento das redes. Como esse deslocamento das religiões para as redes não é neutro, algumas tendências observadas na literatura especializada podem ser destacadas nessa verdadeira religiosidade digital. Essas tendências terão consequências profundas no advento de novas formas de ativismo e proselitismo, com destaque para a questão da multiplicação das visões religiosas e a conseqüente relativização, ou mesmo crise, dos tradicionais emissores religiosos (AGUIAR, 2014).

De fato, as novas mídias digitais colaboraram na radicalização da multiplicação do campo religioso, dado o acesso a inúmeras fontes de informação e experimentação, possibilitando infinitas de combinações e recombinações. Se, como destacado por Gianni Vattimo (2011), a época das mídias eletrônicas já pode ser identificada com o processo de multiplicações de vozes, inclusive religiosas, é preciso observar como as novas redes informativas, embora continuem expandindo esse processo, o fazem de forma distinta, incrementando ao extremo a possibilidade de ligações.

A autoridade espiritual, defensora de uma verdadeira visão de mundo, se confronta com essa radical multiplicação de vozes, o que faz do digital ser antagonista das hierarquias religiosas, que percebem sua mensagem e sua defesa de uma única e verdadeira visão sobre o sagrado num emaranhado infundável de visões alternativas. Nas redes, diferentes atores, não necessariamente ligados à estrutura burocrática das igrejas, disputam as narrativas e participam dos debates. Personagens como *youtubers* ou *digital influencers* são, nesse ambiente, muitas vezes mais relevantes que pastores, padres ou outros líderes religiosos. Contudo, como argumentado por Lawther (2009) e Cheong (2012), apesar da internet ser uma mídia com alto grau de relativização de visões religiosas hegemônicas, as religiões tradicionais estão se deslocando maciçamente para as redes. Cheong (2012, p. 82. tradução nossa), defendendo uma perspectiva dialética, afirma que a internet “... facilita tanto o enfraquecimento quanto o fortalecimento da autoridade religiosa, oferecendo possibilidades de conflito, mas também de compreensão e acomodação”.

Assim, o ativismo religioso configura-se como um ativismo de outra natureza, não só como uma ferramenta de proselitismo ou disseminação, mas como um ambiente a ser ocupado a fim de participar e disputar valores na esfera pública. No caso dos

evangélicos, setores fundamentais nas últimas eleições, o fenômeno das redes consolida o que Magali Cunha chama de desprivatização dos evangélicos (CUNHA, 2019), isto é, esses grupos – até então fechados – passam a ingressar cada vez mais na arena política e influenciar nos rumos da vida social. A presença do religioso na esfera pública está na ordem do dia e não poderíamos ignorar o papel das redes sociais nesse processo. Por meio das tecnologias digitais, as religiões expandem e renovam suas experiências de vida comunitária e suas redes sociais, forjando novos símbolos e significados cuja rápida disseminação no espaço público depende do desenvolvimento de formas inovadoras de produção de conteúdo.

O ATIVISMO RELIGIOSO NA ELEIÇÃO DE BOLSONARO

As eleições de 2018 entraram para a história da política brasileira como a primeira eleição na qual o papel do tempo de propaganda eleitoral na televisão foi secundário, dado que o candidato vencedor, Jair Bolsonaro (PSL) tinha poucos segundos de TV, mas intensas participações em suas redes, como Facebook, Instagram e Twitter. Além dessas redes, vale destacar a forte mobilização eleitoral por meio de diferentes listas e grupos de apoiadores no *WhatsApp*, o que evidentemente dificulta a medição do impacto. Segundo o relatório de uso de redes sociais produzido pelo Datafoha, 70% dos eleitores de Bolsonaro estavam conectados ao *WhatsApp* e 31% repassaram informações sobre política e eleições³.

Grande parte desse fluxo eleitoral girava em torno de temas conectados a chamada pauta moral, mobilizados em grande medida por líderes e personalidades religiosas tradicionais, sobretudo evangélicos e católicos conservadores. O que consolida uma longa e crescente participação desses religiosos na esfera política e eleitoral. Além de um apoio formal, como no caso dos líderes da Igreja Universal do Reino de Deus e da Igreja Internacional da Graça, algumas personalidades do mundo evangélico participaram de modo mais ativo a partir de estratégias de ativismo digital, gravando vídeos ou fazendo postagens para as redes sociais, material que evidentemente era disseminado pelas redes de apoiadores do candidato vencedor. Parte significativa desse material, muitas vezes de origem desconhecida e disseminada de forma anônima,

³ Disponível em: <https://tinyurl.com/r4upy3k> . Acesso em: 01/12/2019

se enquadra nas chamadas *Fake News*⁴, direcionado a melindrar o público religioso, demonizando o principal concorrente.

Dentro do eleitorado religioso, o público evangélico se destaca como fundamental para a vitória de Bolsonaro, afinal, foi entre eles que o militar reformado conquistou uma maior vantagem, cerca de 11 milhões de votos de diferença, segundo estimativas projetadas a partir da pesquisa do Datafolha⁵.

Cronologicamente, essa adesão a Jair Bolsonaro se deu de maneira mais contundente com a entrada oficial de Fernando Haddad na disputa, em 14 de setembro de 2018, e sua posterior rápida ascensão nas pesquisas. Essa demonstração de força eleitoral do candidato petista provocou um alvoroço nas forças oposicionistas, fazendo com o que os apoios se concentrassem no candidato mais bem colocado até então. A partir dessa data, diversos líderes nacionais e regionais de Igrejas evangélicas começaram a declarar apoio ao candidato. Jair Bolsonaro, apesar de se declarar católico, é casado com uma evangélica e há algum tempo fazia acenos a esse público, encampando a defesa da pauta moral, tendo sido, inclusive, batizado pelo pastor Everaldo, ex-candidato a presidente, nas águas do rio Jordão.

Outro evento fundamental dessa adesão evangélica foi a manifestação #EleNão, organizada nacionalmente em repúdio ao candidato a presidente Jair Bolsonaro em 30 de setembro de 2018. Ao contrário do que era esperado, após essas manifestações houve um aumento considerável nas intenções de voto em favor de Bolsonaro, afinal, inúmeras imagens (verdadeiras, falsas ou manipuladas) começaram a circular nas diversas redes sociais associando o campo opositor a Jair Bolsonaro – sobretudo o campo dos petistas e da esquerda, à devassidão moral, sexual, ao feminismo radical, valores considerados pelo ativismo evangélico, como amerceadores dos alicerces da moral cristã tradicional. A circulação dessas imagens forneceu o símbolo de um combate moral comum, que foi capaz de agregar e promover uma comunhão de grande parte dos evangélicos conservadores brasileiros.

Para nos aproximarmos desse fenômeno do ativismo religioso e eleitoral de modo mais focado, conduzimos uma pesquisa exploratória nas redes a partir de uma

⁴ As mais célebres e disseminadas *Fake News* foram aquelas ligadas ao chamado “kit gay”, suposto material escolar de educação sexual distribuído pelos governos do PT que incentivaria crianças a comportamentos homossexuais, e a madeira com bico em formato de genitália masculina, suposto aparato que teria sido distribuído em creches paulistanas pelo então prefeito Fernando Haddad.

⁵ Disponível em : <https://tinyurl.com/vr3qrcg>. Acesso em 01/12/2019.

amostra não-probabilística obtida por meio de procedimentos de amostragem intencional. Delimitando a análise exploratória na plataforma *Youtube*, escolhemos cinco perfis oficiais de atores do mundo evangélico para esse estudo⁶, selecionando os vídeos nos quais esses personagens se posicionam claramente no interior do processo eleitoral.

Os discursos concentram-se em delimitar dois campos opostos, um que representa a devassidão moral simbolizado pelo PT e o campo encabeçado por Jair Bolsonaro, comprometido no combate dessas ameaças. Segundo W. Thomaz, os evangélicos precisam dizer “não à ideologia de gênero” e não “a tudo que acaba com a família”⁷. Para essa missão, segundo Silas Malafaia, de derrotar a “esquerda que destruiu o Brasil” é necessário “amar a nação”, e ser alguém de “vida limpa” e “a favor da vida”⁸.

Segundo esses religiosos, trata-se de uma missão no qual os evangélicos precisam se posicionar, e assim são cotidianamente cobrados, como ressalva Marcos Feliciano: “..eu como pastor e como pessoa pública, sou cobrado diariamente, Bolsonaro, sobre quem é meu candidato a presidente da república, então estou aqui para falar como pessoa física, eu, Marco Feliciano, voto em Jair Bolsonaro...”⁹. Nesse sentido, Jair Bolsonaro vai se revelando durante o processo eleitoral como o candidato ideal que se encaixa dentro desse perfil; conforme destacado por José Wellington que ao direcionar uma mensagem ao candidato em sua Igreja afirma: “...o senhor fala aquilo que os evangélicos gostariam de ouvir, e nós estamos certos que com o apoio do evangélicos o senhor cumprirá seus compromissos junto conosco (...) o mais importante é o número 1, o presidente da república [quando fala sobre a votação no primeiro turno das eleições de 2018]...”¹⁰. Assim, é dever dos evangélicos votar em Bolsonaro, conforme destacado por Cláudio Duarte: “...domingo, dia 28, Bolsonaro 17 para presidente da república...”¹¹.

⁶ São eles: Wesley Thomas, pastor evangélico da Igreja Nova Aliança com Deus de Rondônia; Silas Malafaia, liderança nacional evangélica ligado à Assembleia de Deus; Marco Feliciano, pastor da igreja Catedral do Avivamento e deputado federal; José Wellington; ex-presidente da Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil; Cláudio Duarte, Pastor representante da Igreja Batista Nacional.

⁷ Disponível em : <https://www.youtube.com/watch?v=kq8YwouG12I>. Acesso em 01/12/2019

⁸ Disponível em : <https://www.youtube.com/watch?v=4uBxAl-rPvw>. Acesso em 01/12/2019

⁹ Disponível em : <https://www.youtube.com/watch?v=d5cjcX0to>. Acesso em 01/12/2019

¹⁰ Disponível em : <https://youtu.be/IXbJL6zyWIL>. Acesso em 01/12/2019

¹¹ Disponível em : <https://www.youtube.com/watch?v=PydoqKNLHsU>. Acesso em 01/12/2019

É interessante observar que os argumentos mobilizados pelas lideranças religiosas evangélicas na campanha pelo voto em Bolsonaro são posições tradicionalistas referentes à família e à moral sexual, não aprofundando na discussão acerca da agenda econômica liberal ou de outras pautas históricas do conservadorismo político. Como já observado, esse ativismo mais direto, no qual lideranças se posicionam claramente em favor de um candidato e se colocam como “cabo eleitoral”, utilizando as redes sociais digitais como campo de disseminação, soma-se ao ativismo anônimo dos *memes*, das correntes, da “demonização” do campo opositor, utilizando inclusive *Fake News*, forjando uma atmosfera muito próximo daquilo que Jean Baudrillard chamava de Hiperrealidade (BAUDRILLARD, 1997), isto é, um contexto de desinformação generalizado no qual a própria fronteira entre o verdadeiro e falso é abolida.

Cabe ressaltar que esse ativismo analisado é uma das peças de um cenário eleitoral complexo e de múltiplos fatores, não podendo ser resumido a fácil narrativa segundo a qual o candidato Jair Bolsonaro foi eleito por conta das *Fake News* e desse contexto de desinformação. Esse ativismo religioso nas redes, que atinge outras esferas como a eleitoral, é uma das tendências dessa “religião digital”. Assim, se as redes provocam uma crise da autoridade e saturação das hierarquias, como destacado na literatura, isso evidentemente provoca uma reação que impeli essas lideranças a habitar e lutar por espaço nesta arena pública digital.

REDES DIGITAIS E A CONTRASECULARIZAÇÃO

Com as eleições de 2018 e todo esse contexto de redes e de tecnologias digitais, a religião se insere no centro do debate contemporâneo. As redes digitais, que foram idealizadas como um espaço democrático e portador de diversidades, facilitam igualmente o advento de nichos comunitários. Assim, ao mesmo tempo que as redes permitem uma forma de mobilização horizontal que possibilita minorias de toda ordem – grupos feministas, grupos LGBTQI+, grupos étnicos, etc. – a se mobilizarem pela conquista e garantia de direitos fundamentais, as redes também possibilitam uma reação de religiosos e segmentos confessionais conservadores que as utilizam para disseminar preceitos morais criando uma sensação inédita de intolerância e hostilidades. Assim, a

esfera do político e da democracia se confunde cada vez mais com a esfera do religioso, dado o conflito entre forças da secularização e religiosas:

Num contexto sociocultural pluralista e formalmente democrático, grupos laicos e laicistas têm intensificado sua luta para obter e assegurar o reconhecimento de seus direitos humanos, sexuais, sociais e reprodutivos. Com tal propósito, têm reagido às aspirações, propostas e ações de seus adversários religiosos, recorrendo, fundamentalmente, à defesa da laicidade estatal contra interferências religiosas na educação, na saúde, no corpo, nas pesquisas científicas, nas políticas públicas, no ordenamento jurídico-político e nos órgãos estatais. De outro lado, em contraste, católicos e evangélicos têm recrudescido seu ativismo religioso, político e midiático para ampliar a ocupação religiosa do espaço público, influenciar a esfera pública e estatal, promover sua moralidade cristã tradicional e tentar estendê-la ao conjunto da sociedade por meio de lobby e da participação na política-partidária. (MARIANO, 2011, p. 252)

Esse conflito vai ao encontro daquilo que Berger chamou de contrasecularização, movimento que acontece justamente no interior dos dinamismos da modernidade secularizante: “Com certeza, a modernização teve alguns efeitos secularizantes, em alguns lugares mais do que em outros. Mas ela também provocou o surgimento de poderosos movimentos de contrasecularização” (BERGER, 2001, p. 10).

São justamente as redes digitais que permitem a consolidação de movimentos conservadores de contrasecularização, afinal, para as Igrejas e líderes religiosos, a principal função da Internet é seu poder de disseminação sem precedentes. Disseminação não só do conteúdo institucional, mas sobretudo de preceitos morais. Incrementando a complexidade, observa-se igualmente uma contrarreação de religiosos ditos progressistas que buscam, também por meio das redes digitais, defender uma mediação entre a fé e as pautas progressistas, e que nas eleições de 2018 se posicionaram claramente contra Jair Bolsonaro.

Se as redes digitais inegavelmente tornam mais visível o pluralismo cultural e a luta pelos direitos humanos, ela permite igualmente uma forma de mobilização inédita de grupos conservadores que, antes de se agregarem em torno de uma instituição, se agregam em torno de uma reação, muitas vezes dispersos no território. Assim, as redes evidenciam não a crise da secularização, como queriam certos analistas ao refletirem sobre o ressurgimento do religioso na modernidade tardia, mas a sua reconfiguração, o incremento da complexidade das suas inter-relações:

O principal problema, para uma sociologia da modernidade religiosa, é, portanto, tentar compreender conjuntamente o movimento pelo qual a Modernidade continua a minar a credibilidade de todos os sistemas religiosos e o movimento pelo qual, ao mesmo tempo, ela faz surgir novas formas de crença. Para responder a esse problema, é necessário ter entendido que a secularização não é, acima de tudo, a perda da religião no mundo moderno (HERVIEU-LÉGER, 1999).

O que a socióloga francesa nos alerta é que não podemos confundir a secularização com o desaparecimento da religião na modernidade, em particular na modernidade tardia, contexto das redes digitais. É nessa conjuntura que os grupos conservadores ressurgem e ganham terreno, justamente, pelo repúdio ao ideal de secularidade:

O antagonismo de grupos evangélicos conservadores à ampliação dos direitos civis de minorias sexuais e a aspectos da cultura secular representa, em boa medida, reação defensiva a um sem-número de mudanças socioculturais, legais e políticas. Reação que, de um lado, pretende proteger a família tradicional, a moralidade cristã, a liberdade religiosa e de expressão. De outro, fundamenta-se na disposição para tentar restaurar uma certa ordem moral e social tradicional, que creem estar sendo destruída pelo ativismo político-ideológico de seus adversários e pela disseminação desenfreada da imoralidade e da corrupção dos costumes pela mídia e até pela “escola com partido”, promotora de ideologias “esquerdopatas”. Daí sua intempestiva reação, em especial, ao incremento da visibilidade pública, da influência e do poder político de grupos e movimentos feministas, LGBTs e defensores dos direitos humanos e da laicidade ou secularidade do Estado na elaboração e implementação de políticas públicas nas áreas de saúde, cultura, educação (MARIANO, 2016, p. 723).

Quanto mais intenso o pluralismo, maior a necessidade de oferecer laços fortes de engajamento em torno de um combate comum. Como indica a inegável presença nas redes de instituições, grupos autônomos e líderes religiosos, o espaço fundamental dessa militância é o ambiente digital: “A dimensão da comunicação como interação-comunhão fica potencializada. A sociabilidade promovida pelas mídias digitais facilita a sociabilidade cristã e a evangelização” (CUNHA, 2017, p. 31) Assim, é a partir das redes que a religião e os religiosos podem agregar um coletivo em torno de um combate em comum, normalmente um combate contra ideias seculares, grupos de pessoas dispersas no território e não necessariamente ligadas a uma igreja específica.

O que está em jogo, bem ao gosto do ideal comunitário ou tribal do qual fala Michel Maffesoli (2000), é o compartilhamento de um gosto comum, muitas vezes de forma efêmera, difusa e pontual, como no caso de um processo eleitoral. No caso das eleições de 2018, foi contra essa agenda dita progressista que se congregou pelas redes sociais digitais – a partir de vários atores, não necessariamente ligados a hierarquia religiosa – diferentes grupos, ligados a diferentes igrejas, tendo uma influência direta no resultado eleitoral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O advento de novos aparatos tecnológicos, digitais e em rede, inaugura novas formas de mediações religiosas que ultrapassam a mera dimensão utilitária e instrumental. Essas mídias não devem ser consideradas como simples ferramentas de anúncio, proselitismo ou disseminação das boas novas, mas como constituidoras de uma nova ecologia comunicacional e parte integrante da cultura atual, se inserindo no contexto do pluralismo religioso, ampliando-o e potencializando-o. Assim, as redes evidenciam não a crise da secularização, mas a sua reconfiguração, o incremento da complexidade das suas inter-relações (HERVIEU-LÉGER, 1999). Vivemos em uma sociedade plural na qual as religiões tradicionais devem disputar clientelas e narrativas com novos movimentos religiosos ou mesmo com visões laicas do mundo, o que evidentemente é fonte de conflitos.

Essa ocupação da política por religiosos no contexto brasileiro, provocado também pela dinâmica das redes, é, antes de mais nada, um sintoma da secularização, pois também se trata de uma ocupação plural onde diversas visões de mundo e interesses competem. Assim, os grupos conservadores ressurgem e ganham terreno, justamente pelo repúdio ao ideal de secularidade (MARIANO, 2016).

Quanto mais intenso o pluralismo, maior a necessidade de oferecer laços fortes de engajamento em torno de um combate ou gosto em comum (MAFFESOLI, 2000). Assim, um dos paradoxos da nossa época é que a mesma ambiência tecnológica que permite a tomada da palavra de diferentes minorais em busca da conquista de direitos, em um claro e inegável movimento de secularização da sociedade, permite igualmente a organização horizontal e polimórfica de movimentos religiosos reacionários que usam as redes não só para disseminação de conteúdo religioso e moral mas, sobretudo, para a

construção de vínculos em torno dessas pautas que darão sentido aos participantes dessas verdadeiras bolhas tecnológicas, diante de um mundo caótico e ameaçador.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, C. E. S. **A sacralidade digital: religiões e religiosidades na época das redes**. São Paulo: FAPESP : Annablume, 2014.

BAUDRILLARD, J. **Écran total**. Édition : First Edition ed. Paris: Editions Galilee, 1997.

BERGER, P. A dessecularização do mundo: uma visão global. **Religião e sociedade**, v. 21, n. 1, p. 9–23, 2001.

BERGER, P. L. **O Dossel Sagrado**. 7th, 2011 edition. ed. São Paulo, SP: paulus, 2011.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CHEONG, P. H. Authority. In: CAMPBELL, H. (Ed.). . **Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds**. [s.l.] Routledge, 2012.

CUNHA, M. D. N. Os processos de midiaticização das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico. **Revista FAMECOS**, v. 26, n. 1, p. 30691, 19 ago. 2019.

CUNHA, M. DO N. **Do púlpito às mídias sociais: evangélicos na política e ativismo digital**. Curitiba: Editora Prismas, 2017.

GOMES, P. G. **Da igreja eletrônica à sociedade em midiaticização**. São Paulo, SP, Brasil: Paulinas, 2010.

HERVIEU-LÉGER, D. **La religion en mouvement: le pèlerin et le converti**. Paris: Flammarion, 1999.

LAWTHER, S. What is “on”: an exploration of iconographical representation of traditional religious organizations on the homepages of their websites. In: **Exploring religion and the sacred in a media age**. Theology and religion in interdisciplinary perspectives series. Farnham, England ; Burlington, VT: Ashgate, 2009.

MAFFESOLI, M. **Le temps des tribus: le déclin de l’individualisme dans les sociétés de masse**. Paris: La Table Ronde, 2000.

MARIANO, R. Laicidade à brasileira. Católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, v. 11, n. 2, 2011.

MARIANO, R. Expansão e ativismo político de grupos evangélicos conservadores: secularização e pluralismo em debate. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, v. 16, n. 4, p. 708, 31 dez. 2016.

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

MARTINO, L. M. S. Mídiação da religião e secularização: pensando as práticas religiosas no ambiente das mídias. **PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM**, v. 1, n. 1, p. 97, 16 jan. 2017.

SILVA, D. K. M. Mouvements-réseau : les interconnexions entre technologie, environnement et vie sociale dans l'espace urbain. **Sociétés**, v. n°145, n. 3, p. 75, 2019.

VATTIMO, G. **La società trasparente**. Milano: Garzanti, 2011.