

Religião e Novas Identidades na Pós-Modernidade. A Internet como Plataforma de Mudanças¹

Karina Inácio de Araujo Lambert²
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES.

Resumo

A cultura, a linguagem, os hábitos, os costumes, enfim, uma série de fatores e estruturas estão envolvidas na construção de uma identidade. Com o advento da pós-modernidade, porém, essas questões têm se modificado, da mesma forma que as noções de identidade (HALL, 2014). A religião não foge a essa regra e tem apresentado diversas transformações no decorrer da história. O surgimento de novas identidades dentro do campo religioso parece apontar para a internet tanto como facilitadora dessas mudanças quanto como um canal que permite às comunidades religiosas se aproximarem desse “novo fiel”. Esta proposta, portanto, se justifica por buscar compreender como as identidades religiosas tem buscado se adaptar à época pós-moderna, além de relacioná-las a discussões acerca do que são e do que querem ser os sujeitos pós-modernos.

Palavras-chave

Pós-modernidade, religião, identidade, internet.

1. Pós-Modernidade e Identidade

A história da humanidade é dinâmica, marcada por processos de mudanças. As condições históricas de um determinado período influem no processo de construção da identidade, logo podemos afirmar que a identidade é um conceito que se modifica com o passar do tempo. Conforme afirma Hall:

Um novo tipo de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. (HALL, 2014, p.10)

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

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

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 Jamenson (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. É importante adotarmos uma posição visto que explicar o termo pós-modernismo é fundamental para nossa discussão.

Segundo Jamenson, esse é o período da história em que o capitalismo atingiu seu auge, onde tudo gira em torno do capital ocasionando mudanças na organização do trabalho, na produção e no consumo. Há um aumento na produção gerando um grande número de bens, mercadorias, signos, experiências e imagens. O tempo de duração do produto foi consideravelmente diminuído, aliado a uma obsolescência planejada. David Harvey destaca, nesse sentido, que temos vivido uma intensa compressão do tempo-espaço que tem tido um impacto sobre a vida social e cultural (HARVEY, 2014). Essa transformação do tempo-espaço é marcada principalmente pela efemeridade e aceleração no ritmo de consumo o que resultaria em mudanças de valores públicos e pessoais e fragmentação da sociedade como afirma o autor:

Por intermédio desses mecanismos (altamente eficazes na perspectiva da aceleração do giro dos bens de consumo), as pessoas foram forçadas a lidar com a descartabilidade, a novidade e as perspectivas de obsolescência instantânea. “Em comparação com a vida em uma sociedade que se transforma com menos rapidez, hoje fluem mais situações em qualquer intervalo de tempo dado – e isso implica profundas mudanças na psicologia humana”. Essa efemeridade, sugere Toffler, cria uma “temporalidade na estrutura dos sistemas de valores públicos e pessoais” que fornece um contexto para a “quebra do consenso” e para a diversificação de valores numa sociedade em vias de fragmentação. (HARVEY, 2014, p. 258-259)

A transformação no espaço ocorre principalmente por meio dos sistemas de comunicação. Harvey cita McLuhan e sua ideia de “aldeia global”:

Hoje passado mais de um século de tecnologia eletrônica, estendemos o nosso próprio sistema nervoso central num abraço global, abolindo, no tocante ao nosso planeta, tanto o espaço como o tempo. (MCLUHAN apud HARVEY, 2014, p. 265)

Mas foi com a internet e sua mediação digital que a diminuição das distâncias e as ressignificações na noção de espaço se tornaram intensas. Devido à sua penetrabilidade em 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 redes de computadores, com sua velocidade e dinamismo trouxeram mais combustível para as mudanças na pós-modernidade. Sua interatividade e conectividade permanentes encontram-se a serviço de uma lógica que direciona valores, opções éticas, pauta comportamentos e cria novas formas de relacionamento social.

Assim, é fato que ocorreram mudanças a partir da década de 60, marcando o início da contemporaneidade. Logo podemos identificar mudanças nas identidades, o que Stuart Hall vai chamar de “Novas Identidades”:

“...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 a identidade é algo formado ao longo do tempo, através de processos inconscientes, assim, com a pós-modernidade e as constantes mudanças já citadas, que ocorreram e vem ocorrendo no mundo, as identidades tornaram-se “abertas, contraditórias, inacabadas e fragmentadas” (HALL, 2014, p.28), ao contrário do sujeito do Iluminismo que era visto como tendo uma identidade fixa e estável.

Canclini destaca que “as identidades pós-modernas são transterritoriais e multilinguísticas, delineando um novo perfil de cidadão. Supera-se a ideia de que os membros da uma dada sociedade possuem uma cultura homogênea e única” (CANCLINI, 2005, p.35). Com a pós-modernidade o movimento de homogeneização fincado pela globalização, em que o desejo de consumo era o ponto unificador da massa, agora dá lugar à diversidade, uma das características fundamentais da pós-modernidade, trazendo uma nova noção de identidade, agora híbrida.

A identidade, como já dito, acompanha o fluxo da história, com seus avanços, suas mudanças, portanto, falar de identidade como afirma Barbero, implica falar de migrações, fluidez:

Até pouco tempo, falar da identidade era falar de raízes, isto é, de costumes e território, de tempo longo e de memória simbolicamente densa. Disso e somente disso estava feita a identidade. Mas falar de identidade hoje implica também – se não quisermos condená-la ao limbo de uma tradição desconectada das mutações perceptivas e expressivas do presente – falar de migrações e mobilidades, de redes e de fluxos, de instantaneidade e fluidez. (MARTÍN-BARBERO IN MORAES, 2006, p.61)

Ao trazer a ideia de mobilidade das identidades, Barbero não despreza suas raízes, pelo contrário ele fala de “raízes em movimento”, ou seja, o novo é algo que se acrescentou às velhas identidades, sem fazê-las desaparecer. O que acontece é que na contemporaneidade, conceitos sólidos como gênero, sexualidade, nacionalidade e até mesmo a religião passaram a ser abordados de maneira mais aberta, permitindo que os indivíduos pudessem pensar sua identidade.

Assim, vemos que a noção de novas identidades está associada a como os indivíduos acompanham as mudanças no decorrer da história. A pós-modernidade trouxe alterações profundas nos modos de vida e romperam com os tipos tradicionais de ordem social (GIDDENS apud HALL, 2014). O modo de encarar a vida e as instituições foram alterados, o que nos leva a nosso objeto, a religião, a fim de pensarmos quem são os fiéis do mundo pós-moderno e como a igreja e toda sua tradição tem acompanhado essas mudanças de identidade.

2. Uma Rede de Novas Identidades

Sociedade da informação se tornou uma das definições da sociedade contemporânea. Com a internet, principalmente, a circulação de informação se dá em fluxo intenso, a todo momento, em todo lugar. Grande parte da população está conectada 24 horas por dia através de seus computadores e smartphones, o que tem afetado a forma como os indivíduos consomem informação, se relacionam entre si e até mesmo como vivem, se configurando como um espaço de constante resignificação, como afirma Simões:

A Internet, este espaço propiciador da rede, permite a pluralidade e a participação, ainda que de certa forma neste meio também exista a reprodução de padrões sociais já existentes. As sociabilidades são firmadas especialmente em laços fracos, as identidades mudam, as fronteiras são quebradas, as incertezas navegam junto com os indivíduos neste oceano, que ao mesmo tempo permite novas experiências com o pensamento e a cognição, em tempo real e em constante processo de resignificação. (SIMÕES, 2009, p.11)

Assim, é importante antes de entrarmos no assunto religião, nos localizarmos neste ambiente da internet, denominado por muitos autores como Ciberespaço, e entender como ali, parece, se dá a formação de novas identidades. Não abordaremos aqui a história da internet já que existem inúmeros artigos e livros que explicam sua origem militar, científica e universitária. Queremos aproveitar esse espaço para tratar de seu caráter comunicacional e sua organização em rede que parecem levar, conseqüentemente, às alterações nas relações entre os sujeitos.

O Ciberespaço é um “lugar” sem cara de lugar e sem espaço, pois não há em seu interior fronteiras ou corpos, apenas textos e imagens e sons feitos de bits e bytes; um espaço transnacional, um “lugar” que não tem os aspectos de espaço, sem fronteiras, representando um lugar de peregrinação, de andarilho (KENWAY apud CUNHA, 2012), uma espécie de “cultura desterritorializada” (CUNHA, 2012), alterando a relação do indivíduo com o espaço. Há no ciberespaço uma aceleração do tráfego, das trocas, do tempo. A circulação de sons, imagens e informação é abundante e se dá em redes. Hoje existem milhares e milhares de microrredes no mundo que conectam seus usuários em uma comunicação mediada por computador (CMC) (CASTELLS, 1999). Ali há mecanismos de busca, que permitem encontrar informação sobre praticamente tudo que se procura, sites dos mais diversos temas e as redes de relacionamento, mais conhecidas como redes sociais, que permitem que pessoas de todas as partes do globo possam interagir a qualquer hora, em qualquer lugar, fragmentando o tempo e o espaço, possibilitando aproximações mesmo que à distância. Esse novo processo em rede, fez com que o sujeito pós-moderno virtualizasse sua vida e as relações sociais, tudo agora feito entre um clique e outro.

“A rede tornou-se o fim e o meio para pensar e realizar a transformação social” (MUSSO, 2004, p.37). A rede é um emaranhado de relações em fluxo constante, uma concentração de sujeitos com pontos de vista múltiplos que se relacionam por meio da internet. Assim, falar em rede é falar em pluralidade. Hall traz a noção de pluralidade de identidades e cita Giddens para explicar como essas interconexões as moldam: “à medida de que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da Terra – e a natureza das instituições modernas” (GIDDENS apud HALL, 2014]). Assim, pode-se vislumbrar como a abundância de informação e relações sociais disponíveis no ciberespaço contribui para o surgimento de novas identidades, múltiplas, plurais, descentradas (HALL, 2014).

Essas pluralidades associadas às ferramentas de rede na internet possibilitam que qualquer pessoa conectada possa produzir e compartilhar conteúdos com o mundo inteiro. A rede tornou a comunicação horizontal, sem hierarquias fazendo dos atores tanto receptores quanto emissores (WEISSBERG, 2004). Essa característica parece alterar a forma como os indivíduos encaram as hierarquias e relações de poder o que contribui para mudanças de identidade. Falaremos mais sobre esse assunto adiante, aplicando ao nosso objeto.

Assim, fica evidente que a presença digital no cotidiano social trouxe alterações profundas na forma de se comunicar, relacionar e organizar dos indivíduos. E, sendo a identidade reflexo de diversos papéis sociais e grupos dos quais os sujeitos participam, com as mudanças sociais há também modificações na forma como a identidade é constituída. Para Hall “as transformações associadas à modernidade libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas. Antes se acreditava que essas eram divinamente estabelecidas, não estavam sujeitas, portanto, a mudanças fundamentais.” (HALL, 2014, p.18). O autor cita Laclau para afirmar que há um deslocamento que desarticula as identidades estáveis do passado, mas também abre possibilidade para novas articulações. Isso se torna claro ao olharmos para o campo religioso, pois, vemos nos últimos anos novas reconfigurações como o surgimento do pentecostalismo e depois do neopentecostalismo (PEREIRA, 2011) que resultaram em um enorme número de novas denominações religiosas que apontam para como a diversidade de identidades além do surgimento de novas comunidades religiosas, trazem um processo de readaptação dentro das igrejas, conforme afirma Bruno Weber:

O constante trânsito propiciado pelas sociedades cosmopolitas faz com que o indivíduo enfrente de tempos em tempos uma situação de adaptação, i.e, procure primordialmente resolver questões imediatas do seu novo lugar, geográfico ou social, de modo que as respostas àquelas perguntas existenciais ficam para um segundo momento. As novas relações têm um estreito escopo e um baixo valor para o indivíduo (op.cit.,p.:292), mas são recompensas indispensáveis para o recém-chegado, tanto para as suas necessidades econômicas como para as sociais. Por mais tempo que demore para se conseguir as recompensas fundamentais, as questões de largo escopo emergirão em algum momento. Cabe às organizações religiosas, portanto, oferecer produtos religiosos que atendam a diversidade de uma sociedade cosmopolita. O pluralismo proporcionado pelo progresso cultural, ao contrário da perspectiva de Berger, na verdade é um reavivamento da religião, ou se preferirmos uma expressão ainda menos dúbia, promove a dessecularização da sociedade (op.cit.,p.:311). A exemplo do que ocorre em outros mercados, o dismantelamento do monopólio religioso, faz com que surjam ofertas capazes de alcançar os mais diversos segmentos do público. As inúmeras organizações religiosas podem oferecer produtos específicos

de melhor qualidade para cada segmento: a religião, assim, reascende. (WEBER, 2012, p.19).

Vemos assim, um entrecruzamento da tradição protestante e das demandas de bens simbólicos religiosos que nascem da matriz religiosa brasileira com as manifestações da modernidade presentes nas diversas propostas religiosas, no fenômeno urbano, no avanço da ideologia do mercado de consumo e na cultura das mídias. O que aponta não para um abandono da religião e suas tradições pelo indivíduo pós-moderno, mas sim para o surgimento de novas igrejas, novos segmentos religiosos e novas estratégias dentro dos templos. Portanto, assim como as identidades tem se transformado, os campos sociais se transformam para se adequar a esse novo cenário onde a comunicação mediada por computador passa a ocupar um lugar central na vida dos indivíduos. E o campo religioso, como parte do campo social, também se transformou ao longo dos anos, para acompanhar seus fiéis e continuar atraindo novos. As igrejas estão cada vez mais envolvidas em ações midiáticas, com programas na rádio, na TV, na internet. Entram em cena então, novos processos de comunicação caracterizando uma mudança profunda na forma de se colocar o indivíduo em contato com o sagrado.

2.2 A Igreja na Rede. Novas Formas de Conexão com os Fiéis

Nesse contexto, no ambiente digital o campo religioso passa a se estabelecer para além dos templos, em outras territorialidades, e a englobar as características e peculiaridades deste novo cenário. Um exemplo claro, são os cultos transmitidos online, que permitem que o fiel assista a toda a programação da igreja em casa, no trabalho, em uma viagem ou onde quer que ele esteja conectado, o que Weissberg chama de pluripresença mediatizada (WEISSBERG, 2004)..

Esse tipo de transmissão é cada vez mais comum, criando novos espaços, novas experiências, e adaptando-se ao indivíduo moderno, que nem sempre tem tempo para estar presente nos cultos, mas está sempre conectado. Para Weissberg esse tipo de transmissão à distância trata-se de apagar as separações e criar um espaço coletivo único.

A terminologia utilizada na internet (site, sala, salão...) não tem sem dúvida, apenas um valor metafórico. Ela indica que a demarcação da natureza do espaço designado (público, privado, íntimo) continua sendo uma condição social de localização dos atores engajados no intercâmbio à distância. Ao

cabo dessas misturas, são os conceitos de proximidade, de localização, de território que são redefinidos, e não aniquilados pelos novos cotejos entre o próximo e o remoto. A presença deixaria totalmente de ser territorial se o transporte à distância se tornasse duplicação de presença e se a proximidade pudesse, com isso, desprezar totalmente confrontações corporais. (WEISSBERG, 2004, p.123)

Navegando pela web, é possível observar como as igrejas tentam dialogar com seus fiéis nas mais diversas frentes “já que os públicos estão espalhados e não mais pré-determinados territorialmente, como problematiza Bauman (2001) acerca da modernidade” (BORELLI, 2009, p.7). A igreja na pós-modernidade tem site, página no Facebook, perfil no Twitter, no Youtube, no Instagram e onde mais seu público estiver, de forma a oferecer todas as funcionalidades possíveis em uma sociedade acostumada com a novidade. Como afirma Viviane Borelli:

Compreende-se que as simbólicas da religião são construídas pelo trabalho de distintos dispositivos que articulados e hibridizados instituem um novo modo de vivenciar a crença. É por meio desses processos e experimentações que os credos adquirem uma nova roupagem: fazer religião significa saber operar estrategicamente por meio de dispositivos técnicos e simbólicos. (BORELLI, 2009, p.7)

Assim, as novas formas de lidar com o tempo, o espaço, as materialidades trazidas pela web 2.0³ 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. Se antes a experiência religiosa estava limitada às quatro paredes dos templos, agora o espaço dessa experiência é um campo aberto, está em todo lugar onde o sinal de internet pode alcançar. Os sermões pregados no templo são disponibilizados online, os cultos tem cobertura fotográfica para possibilitar a criação de álbuns online e fotos no Instagram, há espaços para perguntas, pedidos de oração, aconselhamento online, opções para ofertas e dízimos dentre outras opções que antes só eram possíveis indo aos cultos presenciais. E os fiéis interagem, deixando comentários, fazendo pedidos de oração – muitas vezes públicos, nos próprios comentários de alguma publicação nas redes sociais –, curtindo e compartilhando⁴ publicações, por exemplo. Aqui vemos tanto igrejas que nasceram durante a pós-modernidade como a Igreja Universal do Reino de Deus, até igrejas com séculos de tradição como a Luterana, fazendo uso das mídias sociais para interagir com os públicos.

³ O termo Web 2.0 está associado a *aplicações da WEB* onde o objetivo principal é facilitar os seguintes aspectos: Compartilhamento de informações de maneira interativa, interoperabilidade, desenvolvimento com foco no usuário e colaboração na World Wide Web.

⁴ Curtir e compartilhar são opções de interação em publicações oferecidas pelo site de relacionamento Facebook.

E, além das páginas e perfis das igrejas, os próprios líderes das denominações também estão presentes no ambiente online alimentando perfis onde compartilham sermões, vídeos, fotos, passagens bíblicas e por vezes até mesmo opiniões pessoais no que parece ser uma forma de se aproximar ainda mais de seus fiéis ao falar em primeira pessoa com seus “seguidores” online. Alguns dos líderes mais conhecidos no Brasil, como é o caso da cantora e pastora da Igreja Batista da Lagoinha, Ana Paula Valadão, chegam a ter mais de 2 milhões de seguidores em sua página.



Assim, pode-se perceber que a web, mais que um desafio para o campo da religião, tornou-se uma oportunidade, com sua diversidade de possibilidades, para que as igrejas fortaleçam seus vínculos com os fiéis e propaguem suas crenças a fim de alcançar ainda mais público. Além disso, podemos perceber neste ambiente que, não só líderes tem voz, o público cristão também propaga sua fé com a voz que web 2.0 dá a todos.

2.3 O Fiel na Rede. Novas Identidades Religiosas

O público, que ganhou poder com as novas tecnologias vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura. (JENKINS, 2006, p.53)

A internet, e mais precisamente a web 2.0, apresenta ferramentas que permitem ao público compartilhar conteúdo próprio. Diferente dos meios de comunicação de massa tradicionais, como a TV, o rádio, o jornal, em que a produção de conteúdo é um-todos, o

modelo da internet é o todos-todos (LEVY, 1999) onde não há polos claramente definidos entre produtores e receptores. Essa experiência é ainda mais reforçada pela convergência das mídias digitais tornando qualquer conteúdo ainda mais fácil e rápido de ser compartilhado na rede. Canais como os blogs pessoais permitem que os indivíduos publiquem desde suas fotos pessoais até reflexões sobre o pensam, em que acreditam e compartilhem com o mundo inteiro. O Youtube permite que qualquer pessoa tenha um canal de vídeos sobre qualquer tema, combinando auto-performances e interatividade com compartilhamentos e comentários.

Assim, essas possibilidades que a rede oferece apontam para mais uma mudança na identidade cultural do sujeito pós-moderno marcado por uma “cultura de participação” (JENKINS, 2006). Nela os indivíduos não querem apenas ver, mas serem vistos, não apenas ler, mas serem lidos. Todos podem difundir informação, inclusive sobre religião. Os usuários cristãos podem ter seus próprios websites, canais de vídeos, podcasts dentre uma infinidade de possibilidades para difundir suas crenças. Para Mia Lövheim (2012) nos estudos sobre a comunidade religiosa pode-se identificar 3 fases da identidade religiosa na mídia digital. A primeira fase aparece em meados dos anos 90, sendo caracterizada por uma fascinação com as novas possibilidades de experimentação e reconstrução das formas tradicionais de identidade religiosa. Essa possibilidade de os fiéis expressarem a própria identidade se tornou um dos desafios das igrejas no controle das identidades religiosas (HELLAND apud LÖVHEIM in CAMPBELL, 2012) o que parece apontar para o primeiro momento em que as igrejas se voltaram para o universo digital a fim de acompanhar as mudanças que vinham acontecendo na identidade religiosa. A segunda fase, mostrou que as atividades religiosas mais populares por volta dos anos 2000 eram a busca de informações, trocas de pedidos ou conselhos de oração através de emails. A internet se mostra como um canal usado pelos públicos da religião para melhorar compromissos com suas crenças. Nesta fase, mostrou-se também que os usuários buscavam interagir online não com estranhos, mas com conhecidos offline (LÖVHEIM in CAMPBELL, 2012).

A terceira e atual fase é marcada pela integração da mídia digital na vida cotidiana, onde as redes sociais e os novos usos individuais da internet contribuíram para a formação de novas identidades religiosas. Os estudos nessa terceira fase mostram como blogs e podcasts são utilizados pelos usuários como meio de narrar e refletir sobre sua jornada espiritual. As práticas religiosas desses indivíduos são narradas em linguagem digital, numa espécie de forma de os fiéis lidarem com as fronteiras borradas do sagrado e profano.

Segundo Lövheim, os estudos mostram que os meios digitais estão se tornando mais integrados na vida cotidiana dos indivíduos e que a maioria das narrativas são experiências dos próprios usuários interligadas às “narrativas religiosas” havendo assim não uma separação entre a religião online e a offline, mas uma se desenvolve ao lado da outra. Essas questões apontam para como a identidade religiosa online está cada vez mais integrada ao estudo da religião na vida cotidiana.

Mas, apesar de a maioria da participação da identidade religiosa na web ser a partir de narrativas pessoais, é possível identificar muitas outras formas de produção religiosa por parte dos fiéis no ciberespaço. Há sites, canais de vídeos, e páginas nas redes sociais criados por usuários cristãos sem qualquer vínculo com líderes de comunidades religiosas, que apresentam conteúdo bíblico e reflexões produzidas pelos próprios fiéis. Um bom exemplo é o site Bibotalk.com, criado por Rodrigo Bibo de Aquino. Formado em teologia, ele apresenta no site, junto com mais nove colaboradores que ajudam a produzir o conteúdo, assuntos relacionados a teologia de uma forma não-tradicional. O carro chefe do canal são os podcasts gravados, disponíveis também no iTunes, em conversas descontraídas sobre os mais variados temas ligados à bíblia. O site também apresenta conteúdo em texto e vídeos, além de páginas e perfis nas redes sociais. No media kit do site há informações sobre o tráfego da página, onde por exemplo, são feitos mais de 55 mil downloads dos podcasts por mês, o que nos mostra que não só as igrejas tem seguidores, na pós-modernidade a ‘pregação’ dos ensinamentos bíblicos para as multidões, antes restrita a quem ocupava um lugar no púlpito, agora pode ser feita pelos próprios membros das multidões. “É a rede horizontal que se tece, sem passar pelos poderes sem passar pelas hierarquias (WEISSBERG, 2004, p.123).

Esse ambiente horizontal característico da cibercultura também contribui para mudanças de identidade em nosso tempo, visto que modifica o papel da autoridade, inclusive das autoridades religiosas dentro da igreja (CHEONG in CAMPBELL, 2012). A autora traz a definição de Lincoln para conceituar a noção de identidade que será discutida. Para ele autoridade é:

[o] efeito de uma assimetria postulada, percebida ou institucionalmente atribuída entre falante e audiência que permite certos falantes comandar não apenas a atenção, mas o respeito e a confiança de seu público, ou - uma ressalva importante - para fazer o público agir como se assim fosse. (LINCOLN, 1994: 4, apud CHEONG in CAMPBELL, 2012)

Assim, nesse trabalho determinamos como autoridades no campo religioso protestante os pastores e líderes das comunidades religiosas. Ao falar sobre como a internet tem impacto sobre a noção de autoridade, Cheong (2012) resgata os primeiros estudos sobre autoridade e religião que afirmavam ser a Internet um "terceiro espaço" distinto e propício para a interação espiritual, e que novos fluxos de informação e conhecimento teriam portanto, efeitos corrosivos sobre a influência das autoridades religiosas tradicionais. Outra visão é que a Internet desafia a autoridade ao expandir o acesso à informação religiosa de uma forma que pode minar a estrutura de um sistema religioso. Assim, a internet traria inúmeras outras fontes de autoridade com seus textos, áudios, vídeos, canais produzidos pelo público, enfraquecendo as tradicionais. Mas, a visão mais atual sobre autoridade vê a internet como um espaço de complementaridade em que os líderes religiosos veem o papel positivo da internet na vida dos fiéis e a usam para manutenção de sua autoridade havendo uma harmonia entre as práticas online com as atividades das comunidades religiosas. Essa lógica reforça o que foi discutido no capítulo anterior: pastores e líderes integraram facebook, youtube e outras mídias sociais ao seu trabalho como forma de se adaptar a uma identidade religiosa cada vez mais pluralista.

De fato é possível observar nas páginas de líderes de renome no Brasil como RR. Soares, Ana Paula Valadão, Silas Malafaia a participação constante dos fiéis em comentários e o compartilhamento das publicações desses líderes. O que aponta para como suas postagens parecem estabelecer uma relação de autoridade com seus seguidores que usam as mesmas para expressar suas crenças por meios dos compartilhamentos em seus perfis pessoais. Essa replicação de conteúdo parece legitimar o papel de detentor do conhecimento desses líderes ao mesmo tempo que também legitima o papel de transmissor da mensagem dos seguidores que as compartilham numa relação de complementaridade, onde líder e fiel utilizam o potencial da internet, juntos, para disseminar os ensinamentos cristãos.

Assim, a Internet pode ser vista, em certa medida, como facilitadora de mudanças tanto na identidade religiosa quanto na estrutura organizacional da igreja e na forma de seus líderes se comunicarem com seus fiéis, onde o envolvimento com a mídia digital, parece permitir-lhes recuperar e manter a legitimidade no campo religioso.

REFERÊNCIAS

BORELLI, Viviane. **Dispositivos entram em cena e fazem emergir uma religião midiaticizada.** XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2009. Curitiba. Anais. Curitiba, 2009. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1853-1.pdf> > Acesso em 11 jul. 2015.

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

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** 5ª. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

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

CUNHA, Úrsula Nascimento de Souza. **Cibercultura e as Identidades Líquidas: Reflexão Sobre A Cultura na Era das Novas Tecnologias.** Revista *Pontos de Interrogação*. Vol. 2, n. 2 – jul.dez. 2012. Disponível em < <http://www.poscritica.uneb.br/revistaponti/arquivos/volume2-n2/14.CIBERCULTURA-E-AS-IDENTIDADES-LIQUIDAS-revistaponti-vol2-n2.pdf> > Acesso em 14 jul. 2015.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 10ª. Ed. Rio de Janeiro: Editora Lamparina, 2005

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna.** São Paulo: edições Loyola, 2014.

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

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2006.

LEVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

MORAES, Denis (org). **Sociedade Midiaticizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MUSSO, Pierre. **A filosofia da rede.** In. PARENTE, Andre (org). **Tramas da Rede.** Porto Alegre: Sulinas, 2004

PEREIRA, Reinaldo Arruda. **Igreja Batista da Lagoinha: Trajetória e Identidade de uma Corporação Religiosa em processo de Pentescotalização**. 2011. 375f. Tese (Doutorado). Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo – SP, 2011. Disponível em <http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3030> Acesso em: 12 jul. 2015.

SIMÕES, Isabela de Araujo Garcia. **A Sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação**. Revista Eletrônica Temática. Ano V, n. 05 – Maio 2009. Disponível em <http://www.insite.pro.br/2009/Maio/sociedade_ciberespa%C3%A7o_Isabella.pdf> Acesso em 14 jul. 2015.

WEBER, Bruno. **E o que é de César? A compartimentalização em estudo de caso com os fiéis/eleitores da Igreja Universal em Vitória-ES**. Monografia - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Humanas e Naturais, 2012.

WEISSBERG, Jean-Louis. **Paradoxos da teleinformática**. In. PARENTE, Andre (org). *Tramas da Rede*. Porto Alegre: Sulinas, 2004