

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

PÓS-GRADUAÇÃO MÍDIA, INFORMAÇÃO E CULTURA

Webfé: Religiões nas mídias sociais e proposta de aplicativo para os ciber-fieis

Aluna: Viviane Tenório de Macedo Hara¹

Orientador: Alexandre Barbosa²

Novembro 2015

¹ Graduada em Marketing, Radialista MTB: DRT 30264-SP.

² Doutor em Comunicação Social, Coordenador do Curso de Graduação em Comunicação Social da *Uninove*, pesquisador Convidado do Cellac-USP / São Paulo.

RESUMO

Este artigo traz reflexão propositiva sobre as mudanças no mundo das religiões em face da midiatização na Sociedade em Rede. Ao pontuar a posição de algumas instituições religiosas brasileiras quanto à Comunicação Social, é discutida a forma de ser religioso do fiel-internauta, ou *ciber-fiel*, no espaço das mídias sociais, aqui descrito pelo termo *webfé*. Ao frisar a importância das tecnologias comunicacionais em face da perspectiva das religiões, é proposto um *Aplicativo (Mock Up)* para dispositivos móveis, o *Five by Faith*, ou *Cinco pela Fé*, que disponibilizará espaço para debate em grupos de cinco internautas de diferentes orientações religiosas.

ABSTRACT

This article proposes a reflection on changes in the world of religions in light of the mediatization in the Network Society. When observing the position of some Brazilian religious institutions in relation to Social Communication, it is discussed the religious way of being of a “*faithful internet surfer*” or “*cyber-faithful*”, in the space of social media, here described by the term “*webfaith*”. Emphasizing the importance of communication technologies from the perspective of religions, we propose an Application (Mock Up) for mobile devices, the Five by Faith, which will provide grounds for debate in groups of five Internet users of different religious denominations.

RESUMEN

Este artículo trae una propuesta de reflexión sobre los cambios en el mundo de las religiones de cara a la cobertura de los medios de comunicación en la Sociedad en Red. Al señalar la posición de algunas instituciones religiosas brasileñas sobre la Comunicación Social, se discute la forma de ser religioso del fiel internauta, o ciber fiel, en el espacio de los medios de comunicación sociales, descrito aquí como *webfe*. Al citar la importancia de evitar el reduccionismo del debate a la perspectiva de las religiones, se propone una *Aplicación (Mock Up)* para dispositivos móviles, el *Five by Faith*, o *Cinco por la Fe*, que proporcionará el espacio para el debate en grupos de cinco internautas de diferentes orientaciones religiosas.

Palavras-chave: Religiões; Tecnologias comunicacionais; Sociedade em Rede; Webfé.

Introdução

A sociedade informada e em rede não reage mais às formas institucionais rígidas de um passado recente. Assim, da midiaticização da sociedade emergiu uma nova relação entre fiel e igreja, ou, em termos atuais, entre *ciber-fiel* e *ciber-igreja*.

No mundo das religiões, a busca por *rebanhos virtuais* passou a ser vista como uma questão estratégica por grandes instituições religiosas, desde a longeva Igreja Católica, passando pelo fenômeno recente, do século XX, do neopentecostalismo no Brasil, e mesmo por outras correntes.

O presente artigo propõe delinear breve perspectiva sócio-histórica e suscitar reflexão propositiva acerca das mudanças no mundo das religiões a partir das novas tecnologias comunicacionais, com o objetivo de somar às abordagens que tangem o debate para além da perspectiva das religiões, em um momento em que perde força o culto a ideias centrais sem que, no entanto, fenômenos como o individualismo e o fundamentalismo religioso deixem de se acirrar (CASTELLS, 1999, p. 29).

Plasmado a partir do conceito de Sociedade em Rede³, e em consonância com os apontamentos metodológicos de Maria Nazareth Ferreira (2006), se buscará um exercício teórico dialético evocando *teorias sociais*, sob alguma tendência de análise bibliográfica, ainda que panorâmica, em autores como Manuel Castells, Edward Thompson e Zygmunt Bauman.

Serão traçados, ainda, aspectos historiográficos e sociológicos em relação à atuação das religiões dentro do tempo, alcançando o século XX e o alvorecer do século XXI, notadamente no cenário brasileiro (LONDOÑO, 2013, p. 131).

O termo *webfé* é utilizado neste construto a fim de remeter ao momento específico da interação via mídias sociais, no pós anos 1990. É quando as igrejas *neopentecostais* e a Igreja Católica já haviam adaptado os elementos de culto presencial, como espetáculos de curas, musicalidade, testemunhos pessoais e outros, aos estilos televisivos e radiofônicos (MATAYOSHI, 1999, p. 66), sendo que o desafio, agora, é a interatividade instantânea via *facebook*, *twitter*, *instagram*, *Skype*, *whatsapp* e outros.

A contribuição pioneira e mais significativa do rádio na expansão da modernidade capitalista foi o despertar do desejo coletivo pelo

³ Para Castells, autor do conceito (disponível em <http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2013/10/bmanuel-castellsb-mudanca-esta-na-cabeca-das-pessoas.html>), há movimentos sociais em rede e a rede de informática interligada por computadores e dispositivos, sendo que a organização de grupos via internet e redes sociais digitais ganha apoio nas redes sociais reais, com o objetivo de promover a ocupação organizada do espaço público e garantir a liberdade e a autonomia nas ruas e na internet, a um só tempo.

consumo de mercadorias materiais e também simbólicas. A radiodifusão sonora projetou como bens de consumo culturais, a música, o disco, o cinema sonoro, o teatro, os espetáculos artísticos, a literatura, o jornalismo, as pregações eletrônicas, a publicidade etc. Criou as bases da cultura de entretenimento, que seria ampliada pela televisão e pelos meios informáticos, a partir da década de 1950. (MAGNONI, 2001, apud POLATO, 2015, p. 27)

O uso histórico pelas religiões da popularização dos meios radiofônicos e da força da televisão, atualmente ganha novas dinâmicas na medida em que a representação simbólica do modo de ser religioso se redimensiona diante da interatividade virtual proporcionada pelas novas tecnologias de comunicação. Mais do que mera adequação instrumental a tais tecnologias, a transformação é profunda e ampla, conforme antecipou Thompson: “A mediatização da tradição dotou-lhe de uma nova vida: a tradição se libertou das limitações face a face e se revestiu de novas características” (THOMPSON, 2009, pág. 160).

Conforme explica Puntel (2011, p. 229), referindo-se à Igreja Católica, mas em análise ampliável, a comunicação não pode se reduzir a simples instrumentos técnicos de transmissão, em face de que o discurso da comunicação já se tornou mais amplo e complexo, incluindo uma gama de variedades e interferências na cultura midiática atual⁴.

O mundo das religiões se move. Das palestras públicas de Buda, ou Sidarta Gautama, em torno de 400 a.C., ao perfil de milhões de seguidores de Dalai Lama no *Twitter*, e enquanto o tinteiro ainda é usado na mesa papal ao mesmo tempo em que o sumo pontífice já aprova a interação conectada via mídias sociais, os fieis começam a ir além de colocar um copo d'água perto ou sobre a televisão ou o rádio para o momento da oração, e vê-se o advento de velas acesas e até velórios *online*, e *passes virtuais* e mentalizações coletivas de positividade via web.

Enquanto são debatidas as novas configurações de uma *ciber-igreja*, focada na disputa mercadológica por fieis para consumo, o presente artigo sugere uma abordagem de viés socioestrutural em face dos desafios relacionados à orientação religiosa na atualidade. Dentre eles, e a exemplo, o citado por Castells a respeito de

(...) uma explosão de movimentos fundamentalistas que pegam o Alcorão, a Bíblia ou qualquer outro texto sagrado para interpretá-lo e

⁴ Conforme visto no artigo de Joana T. Puntel A Igreja a Caminho da Comunicação. *In: Teocomunicação*, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, jul./dez. 2011

usá-lo como estandarte de seu desespero e arma de sua fúria. Fundamentalismos de diferentes tipos e de fontes representarão o desafio mais ousado e intransigente ao domínio unilateral do capitalismo global informacional. (CASTELLS, 1999, p. 427).

O aspecto propositivo do presente artigo se materializará na forma de um *Aplicativo* denominado *Five by Faith (5byF)*, ou *Cinco pela Fé*, cujo escopo objetiva suscitar diálogos alicerçados pelo bom senso, sempre entre pessoas de orientações religiosas distintas.

Panorama das religiões em transição: interesse, campo vasto, mas margem para vácuos de discussão

Em que pese o ambiente socioestrutural demasiadamente fluídico (Bauman, 2001, p. 15), no qual a narrativa ortodoxa da condição humana é rediscutida em suas raízes iluministas, o exercício de apreender o modo religioso do século XXI não é órfão de solidez acadêmica. Porém, a vastidão de repertório amplia os riscos de se passar ao largo de discussões necessárias e ainda pouco visitadas, conforme podemos apreender da análise de Fernando-Torres Londoño (2013), segundo a qual

A História das Religiões é disciplina de alta complexidade (...). É campo de pesquisa recente, especialmente no Brasil, sendo formulado aqui somente no final da década de 1990. O amplo repertório dos estudos que se acolhem sob tal denominação mostra a importância que o pensamento brasileiro vem dando ao componente religioso na formação histórica do país. (LONDOÑO, 2013, p.134).

Enquanto surge um novo ambiente religioso da mediação digital entre o internauta, ou *ciber-fiel*⁵, com o agente religioso, o debate em torno de uma igreja que se torna cada vez mais eletrônica é grande, porém, logicamente insuficiente. O conhecimento produzido a respeito, via de regra, discute pontos de interesse mais direto das instituições religiosas, dentre eles a perda do monopólio das ideias dominantes que explicam a realidade por parte de um centro tradicional⁶, e questões sobre a eficácia simbólica do discurso na oferta-demanda de bens tangíveis e intangíveis (BOURDIEU, 2005, *apud* MATAYOSHI, 1999).

⁵ O termo foi utilizado no artigo “Ciber-fiel e a Ciber-igreja”: Uma análise a partir da fanpage do Bispo Edir Macedo. Adriana do Amaral FREIRE, Karla Patriota BRONSZTEIN. *In*: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013.

⁶ Conforme definido em FAZU em Revista, Uberaba, n.7, p. 248 - 259, 2010, Um estudo sobre o discurso religioso na mídia, dispon. em <http://www.fazu.br/ojs/index.php/fazuemrevista/article/view/219/205>

Feito o registro da preocupação que atravessa o presente artigo, por outro lado, se faz necessário uma exposição, ainda que breve, do contexto e da problemática sócio-histórica de algumas das principais correntes religiosas brasileiras.

Com relação ao catolicismo no Brasil, predominante durante todo o período colonial e hoje a maior religião em termos de seguidores, ainda sofre das fortes marcas de características como tradicionalismo, dogmatismo e verticalidade (MATAYOSHI, 1999, p. 37). Após enfrentar a rápida expansão das instituições neopentecostais, agora também convive com as novas formas de relações da Sociedade em Rede.

Outro fator que parece preocupar lideranças eclesiais, é o perfil de não-praticantes e não disciplinados aos ritos. Muitos transitam entre o batismo e a “benzedeira”, a crisma e os terreiros (MATAYOSHI, 1999, p. 39), e, mais recentemente, entre cultos da ala carismática e instituições evangélicas, por apreço aos mesmos métodos de pregação bastante calcados na espetacularização das celebrações.

A relação da Igreja Católica com a Comunicação Social possui quatro fases, conforme aponta Priscila Viera e Souza, citando Joana Puntel.

O primeiro momento desta relação (...) seria o surgimento da imprensa, no século XV, caracterizado pelo “exercício da censura”, através da Inquisição (...). A segunda fase, que pode ser aferida como século XIX, início do XX, caracteriza-se por uma “aceitação desconfiada dos novos meios”. (...) Uma “mudança brusca de rota”, (...) é a principal característica da terceira fase, afetada pelo Vaticano II (1962-1965) – onde a comunicação recebe, pela primeira vez, abordagem em Concílio. O catolicismo reconhece, então, oficialmente, a ‘necessidade’ de utilizar os meios de comunicação para a evangelização e admite que a ampliação da penetrabilidade da mensagem eclesial pode ser alavancada pelas tecnologias de reprodução eletrônica (PUNTEL, 2005, p. 130). A quarta fase, pontuada especificamente na América Latina, está atrelada à valorização da comunidade realizada pela igreja durante as ditaduras. Ocorre, então, a busca de “novos padrões pelos quais incentiva e respalda experiências de comunicação do próprio povo providenciando e facilitando para que seus próprios meios sejam a voz dos que não têm voz (PUNTEL, 2005, p. 131)”. A quinta e última fase inicia-se a partir da encíclica *Redemptoris missio*, de 1990, em que, pela primeira, vez encontra-se a associação entre comunicação e as mudanças culturais no século XX. O texto papal afirma que “o uso dos *mass media*, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um fato muito mais profundo porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, de sua influência” (SOUZA, 2009, p. 3).

A partir desse breve panorama, pode-se apreender o alto grau de complexidade atribuído pelas próprias religiões aos novos meios e tecnologias comunicacionais.

O clima de sugestão e a mística: panorama de dois cenários distintos

A performatividade religiosa que garante ao fiel a percepção imediata do que ele foi buscar na igreja, sob elementos que o levam à emoção, está a ser desafiada pelas práticas socioculturais, comunicacionais ou midiáticas, responsáveis por uma nova forma de vida em sociedade.

A cultura participativa ultrapassa os formatos antigos de passividade de fieis, como no caso dos neopentecostais. Desafia até mesmo fenômenos que provocam reforço de posições políticas dos participantes, como no exemplo que se observa nas celebrações das atividades do Movimento dos Sem Terra (MST). Este, mesmo sem ligação institucional com a Igreja Católica, mas com base na Teologia da Libertação, cria momentos que mexem com os sentimentos e a emoção. Utiliza-se de princípios do marxismo e elementos da cultura popular, tudo associado a um formato de ambiente religioso⁷.

No tocante aos neopentecostais, foi sob o pioneirismo da Congregação Cristã do Brasil, em São Paulo/SP, e da Assembleia de Deus, em Belém/PA, que as instituições de cunho evangélico cresceram e fizeram crescer os seus métodos de disseminação, sempre sob marcas anticatolicistas e sectaristas, gerando a chamada protestantização da América Latina (FREESTON, 1993, *apud* MATAYOSHI, 1999).

Assim, a rápida expansão do segmento evangélico, no Brasil, a partir de 1960, trouxe de esteira uma forte marca comunicacional. Conforme aponta Brose (1980 *apud* MATAYOSHI, 1999), “tradicionalmente, os cristãos têm uma relação muito íntima com a comunicação social. Desde os primeiros livros da Bíblia, o assunto central é a comunicação entre Deus e o homem”.

Na Sociedade em Rede, e diante das novas tecnologias comunicacionais, o segmento religioso convive com os desafios que essas novas interfaces apresentam em relação à sua base de interseção, que é a *cura divina*. Tal método, herdado da fase pentecostal, na década de 1950, abriu caminhos para os *neopentecostais* que ganharam impulso nas décadas de 1970, 1980 e 1990. Está em xeque a liturgia espetacularizada por força das características da interação virtual.

⁷ Conforme visto em O uso da mística na comunicação do MST, influência da Teologia da Libertação. Alexandre Barbosa. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.

É possível observar que o posicionamento das igrejas está fortemente centrado no clima de sugestão criado pelo pastor. É ele quem se encarrega de detectar as aspirações dos fiéis e de indicar um caminho para a realização dessas expectativas. (MATAYOSHI, 1999, p. 66).

Sob outro viés e em um contexto completamente distinto, podemos observar igualmente a força de momentos de celebração religiosa direcionados para gerar emoção e reafirmação de espírito de grupo, no MST. A interessante fusão de elementos laicos com um formato de celebração que teve origem na vinculação com as pastorais ligadas à Igreja Católica, gerou o que chamou-se de mística, ou seja,

(...) momentos de celebração da luta que mexem com os sentimentos dos militantes. Esse uso da mística colabora para compartilhar, entre os quadros do movimento, os avanços e conquistas dos outros setores estruturantes: os da produção, da comunicação e dos da formação e educação. (BARBOSA, 2015, p. 2)

Em face dos exemplos acima postos, é possível verificar a complexidade da questão religiosa e da busca por se entender as relações entre grupos tradicionais e as novas tecnologias comunicacionais. De um lado, o caráter performativo das fórmulas religiosas e o desnivelamento fundamental na relação entre locutor e ouvinte, sendo Deus o Sujeito que fala sem ser questionado, e os homens os ouvintes (ARAUJO, V.L.D.; FRANCO, 2010), e, de outro, as novas formas interacionais das culturas digitalizadas que estão a reestruturar profundamente a sociedade. Acrescente-se a esse cenário, a emergência de um novo ambiente religioso, com o crescimento de cultos e denominações que valorizam os processos comunicacionais e o uso dos meios tecnológicos, reconfigurando todo esse universo de relações, conforme descrevem Freire e Bronsztein.

No cenário contemporâneo, tal ambiente e as práticas que nele se engendram, implicam em performances peculiares e bem mais abrangentes do que o mero consumo dos conteúdos religiosos disponíveis e da interação por parte dos fiéis. Muito embora, concordemos com o fato de que as novas práticas, sem dúvida, alteram as relações estabelecidas com as denominações, com as igrejas, com os líderes religiosos e entre os fiéis e “não-fiéis”, bem como com a própria teologia fundante da religião em foco (FREIRE, BRONSZTEIN, 2013, ps. 1 e 2).

Diante dos desafios do mundo religioso, das mudanças sociais drásticas, da desestruturação conjuntural que leva à busca por identidade e significado social (CASTELLS, 2009, p. 41), e do caráter inevitável da individualização (BAUMAN,

2001, p. 47) que remete ao conflito, o presente artigo afere a necessidade de uma reflexão propositiva à condição do indivíduo, ou *ciber-fiel*, acossado, de um lado pelo desenraizamento sociológico, e, por outro, pela natureza veloz das mudanças na Sociedade em Rede, na qual os meios substituem, paulatinamente, em importância, os conteúdos, e as instituições religiosas assimilam e usam as novas tecnologias comunicacionais.

A necessidade de ampliar perspectivas diante da complexidade da questão

A interação instantânea entre fiel e religião, aqui entendida por *webfé*, compreende as redes sociais digitais e os espaços virtuais institucionais das igrejas, ou os *websites*. Cabe salientar que a liberdade, participação e autonomia do internauta na Sociedade em Rede (CASTELLS, 2009, p. 39), são características ambíguas no uso dos recursos digitais para satisfazer sua ânsia pelo sagrado, visto que o monopólio da outorga do que é sagrado ou profano permanece no discurso *web* das religiões, que buscam, agora sob o modelo da interatividade digital em tempo real, dar legitimidade à própria causa com uso de proselitismo e até regulação à moda de censura – sendo deletados *posts* com críticas (FREIRE, BRONSZTEIN, 2013, p. 15).

Em que pese, por outro lado, o perfil do *ciber-fiel* não ser necessariamente o de um membro ativo, nem que seja preciso ele se fazer presente nos cultos, e até se caracterizar, na maioria dos casos, como passeador ou espreitador (FREIRE, BRONSZTEIN, 2013, p. 12), a batalha por multiplicadores da igreja x ou y passa pela dimensão relacional e afetiva com a causa. Isso faz com que o espaço da *webfé* se torne um acirrado campo de pedido de doações, fomento à militância e, muitas vezes, até mesmo de incentivo ao combate contra outras igrejas.

Em um quadro em que a fé se torna cada vez mais individualista, no qual há a disjunção de crenças, em que o mundo religioso se desregulamenta e emerge uma nova expressão de religiosidade flutuante, que é reconstruída e representada nos planos social e cultural (HERVIEU-LÉGER, 1993, *apud* Freire e BRONSZTEIN, 2013, p. 13), se faz necessário ampliar perspectivas conjuntamente com as questões trazidas à luz de análise das religiões, na medida em que elas consolidam suas estratégias de marketing comunicacional via *web*.

A interatividade comunicacional entre o *ciber-fiel* e a *ciber-igreja* nem sempre é de troca para a construção do pensamento, mas de confirmação de dogmas, práticas

sociais e expressões de fundamentalismo como elemento útil aos objetivos da instituição religiosa, cenário diante do qual salientam Freire e Bronsztein, citando Oliveira (2009):

Refletindo sobre comunicação, relacionamento e interação, Oliveira (2009, p. 323) ressalta que “a relação com a sociedade implica uma multiplicidade de interações entre atores sociais com interesses diferentes”, sendo necessária, portanto, a busca por espaços de diálogo para a obtenção de entendimentos. Na visão da autora, é essa a postura que vai possibilitar a “construção de relacionamentos mais consistentes e sustentáveis, os quais garantem legitimidade às organizações”. (FREIRE, BRONSZTEIN, 2013, p. 13).

Breve descrição histórica do uso dos meios de comunicação pelas religiões

Desde que *Jeová* deu os *Dez Mandamentos* para Moisés (Êxodo, 34: 1) de forma grafada e em material duradouro, passando pelo uso por Martinho Lutero da então recém-inventada tipografia, no século XV, para consolidar a Reforma Protestante mediante a impressão sistematizada da Bíblia, e chegando ao uso e bom proveito pelos jesuítas da mesma tipografia no processo de domínio e colonização dos continentes tomados pelas grandes navegações espanholas e portuguesas, nos séculos XVI, XVII e XVIII, foi na era moderna que a escrita impressa ampliou sua função de difusão ideológica através da manipulação da opinião pública para fins políticos e militares (POLATO, 2015, p. 26).

No século XIX, surge a radiodifusão. No primeiro quarto do século XX, a tecnologia do rádio surge, nos Estados Unidos, atrelada ao cunho religioso pentecostal, de características evangélicas.

Nos Estados Unidos, a primeira transmissão radiofônica experimental teve a presença da religião. Segundo o autor (Campos, 2004), em 24 de dezembro de 1906, um engenheiro canadense, em Massachusetts, realizou uma emissão experimental transmitindo mensagens religiosas. (...) Desde o início da história do rádio comercial estadunidense, houve a presença dos evangélicos nas transmissões. A *Calvary Episcopal Church* foi a igreja pioneira na transmissão de atividades religiosas pelo rádio. A sua transmissão se deu pela KDKA, a primeira radiofusora comercial localizada na cidade de Pittsburgh. Um ano depois seria colocada no ar a primeira emissora de caráter religioso, fundada no ano de 1924, pela *National Presbyterian Church* de Washington. A expansão religiosa radiofônica nos Estados Unidos foi tão acelerada, que no ano de 1925, das 600 emissoras em operação no país, 10% delas pertenciam ou estavam ligadas a movimentos religiosos. (CAMPOS, 2004, *apud* POLATO, 2015, ps. 27 e 29).

No Brasil, no início dos anos 2000, havia uma emissora radiofônica religiosa para cada sete de outras categorias (POLATO, 2015, p. 29).

O início da transmissão religiosa sistemática, via TV, no Brasil, se deu no final da década de 1970, com a retransmissão de programas produzidos nos Estados Unidos. Em terras brasileiras, as instituições religiosas esbarravam, à época, no alto custo de veiculação. Por aqui, foi na primeira década dos anos 2000 que houve uma explosão de aquisições de espaços na tevê aberta por parte de grandes religiões, com destaque para evangélicos *neopentecostais*, católicos, espíritas e Seicho-No-Ie⁸.

Atualmente, a aquisição de canais de rádio e tevê, e de espaços televisivos, obedece a fatores econômicos e políticos, tornando desigual, mesmo em se admitindo um cenário competitivo aos moldes mercadológicos, a disputa por direito de veiculação que acaba sendo usada para fins de proselitismo religioso (POLATO, 2015, p.44). Mais que isso, fere-se princípios constitucionais, visto que as concessões de radiodifusão são públicas e outorgadas pelo Estado, enquanto determinadas denominações se utilizam dos espaços de que são detentoras para atacar, desconstruir e agredir a entidades e correntes de orientação religiosa diferentes da sua.

Art. 19. É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios: I - estabelecer cultos religiosos ou igrejas subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público; (ART.19 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988).

O atual cenário remete a princípios observados durante o medievo, quando a igreja, então de predomínio católico, utilizava-se de construções de elevado pé direito e cúpulas, a fim de demonstrar seu poder em face dos fieis procrastinados pela visão de grandeza (POLATO, 2015, p. 46). Os meios difusores do rádio e da tevê acabaram se tornando preponderantes para a visibilidade de tais obras.

É interessante observar que no ano 2000, os evangélicos eram 10% da população brasileira e os católicos compunham 76% do total. Tal duelo, em 10 anos, teve mudanças drásticas, com o crescimento de evangélicos para 22,2% e católicos em queda, perfazendo 64,6%⁹. Com um histórico definido por Polato (2015, p. 36) como de

⁸ Disponível em <http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/8/artigo202532-1.asp>.

⁹ O IBGE e a religião — Cristãos são 86,8% do Brasil; católicos caem para 64,6%; evangélicos já são 22,2%, Disponível em <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/o-ibge-e-a-religiao-%E2%80%93-cristaos-sao-868-do-brasil-catolicos-caem-para-646-evangelicos-ja-sao-222/>

lutas *fratricidas* no início das disputas por canais e por fiéis a partir das transmissões televisivas, na década de 1980, a ética começou a ser pauta da Igreja Católica, publicando, no ano 2000, o documento *Ética nas comunicações sociais* (PUNTEL 2011, p. 232).

O segmento religioso se articula. É, historicamente, ciente de que a comunicação passou a ser um elemento articulador da sociedade, e que estamos diante da emergência dos signos de uma nova cultura, de modos de compreensão e interação de sensibilidades, conhecimentos, informações (PUNTEL, 2011, p. 236).

No entanto, pode-se inferir que a articulação engendrada pelas religiões na era das tecnologias radiofônicas e televisivas se encaminha para o espaço da *webfé* sem uma transição que leve em conta a reconstrução dos processos de democracia e o real sentido de direito à palavra¹⁰, elementos geradores de superlativas incertezas na Sociedade em Rede.

Breve panorama e perfil das interfaces *religião-fiel* na *webfé*

Ícones do contexto midiático religioso como o Bispo Edir Macedo, o Padre Marcelo Rossi e a Monja Coen já mandaram seus recados: aderiram à força das mídias digitais¹¹ a fim de estabelecer novo vínculo, além do pessoal e do agregado por suas imagens, com os fiéis.

Em sua *fanpage*, no *facebook*, o Bispo Edir Macedo possui 1,7 milhões de seguidores¹², mas não responde aos posts. Cada postagem do bispo, unilateral e sempre alicerçada na Teologia da Prosperidade, ou seja, de natureza confessional positiva, recebe comentários de *ciber-fieis* que buscam a confirmação de que as forças e o poder do reino espiritual serão ativadas pelos desejos, pela linguagem e pelo testemunho (FREIRE, BRONZSTEIN, 2013, P. 10).

Via de regra, conforme acentuam Freire e Bronsztein,

De forma recorrente emitem juízo de valor em relação a outras religiões, condenam a homossexualidade, elogiam a IURD e o Bispo

¹⁰ Manuel Castells, em palestra para o Sem Fronteiras 2011, Porto Alegre. Disponível em <https://youtu.be/O4h-hrF2ObE>.

¹¹ Rebanho Virtual: religiosos usam a *web* para interagir, disponível em <http://acervo.diariodaregiao.com.br/novoportal/Noticias/Tecnologia/51921,,Religiosos+usam+a+web+par+a+interagir.aspx>

¹² Acesso em 31.08.2015.

Macedo, legitimam discursivamente a prática de doações de dízimos à igreja, assumem a culpa pelo que acontece de negativo em suas vidas, ao mesmo tempo em que atribuem a Deus o que é positivo, pedem conselhos, elogiam o conteúdo, usam repetidamente expressões cristalizadas religiosas (como amém, aleluia e bênção) e citam a bíblia em seus posts. (FREIRE, BRONSZTEIN, 2013, P. 10).

Cabe ressaltar que a Teologia da Prosperidade, no caso dos neopentecostais, ao invés de despojamento, culpa e castigo dos católicos ou judeus, prima pelo exorcismo do diabo, fortes manifestações emocionais, uso intenso dos meios de comunicação de massa, líderes carismáticos, batismo pelo Espírito Santo, exclusivismo religioso, conservadorismo moral, valorização do bem-estar físico e uma rituaidae centrada na valorização do dinheiro (RODRIGUES, 2007, p. 139).

Outro exemplo de aderência às mídias digitais sem total interação, é o da Congregação Beneditina do Brasil, especificamente o *site* do Mosteiro de Monserrate, no Rio de Janeiro, acerca do qual

Vale ressaltar o controle destas páginas, já que são oficiais, elaboradas sob a supervisão dos abades e de irmãos designados por eles para esta função. Assim, olhar para as informações presentes nestes espaços é, também, perceber como os mosteiros projetam-se para a sociedade ampla, como gostariam de ser vistos por aqueles que estão fora dos muros. Neste sentido, um primeiro ponto que chama a atenção é a auto-referência. (SOUZA, 2009, p. 7).

A comunidade católica Canção Nova, que hoje possui 125 mil fãs em seu *facebook*¹³, tem uma história na internet de 19 anos. Hoje, pulveriza a divulgação de seus eventos em Cachoeira Paulista/SP e do seu canal de televisão por centenas de *blogs* e contas no *twitter*. Já o Padre Marcelo Rossi, com quase 4 milhões de seguidores pelo *facebook*¹⁴, admite que o sucesso editorial de seus últimos livros se devem às mídias digitais.

O midiático religioso lembrou, ainda, que o mundo virtual o ajudou a vender cerca de 2 milhões de exemplares do seu novo livro, “Ágape” (Editora Globo). “Divulguei muito na internet”, conta. Aliado à fé, o resultado palpável das atualizações frenéticas do *Twitter* o fazem ater-se à rotina de computador, *iPhone* e *iPads* sempre ligados. “Do mesmo jeito que faço questão de atender a todos, na medida do possível, pessoalmente, tenho de dar conta disso também”.¹⁵

¹³ Acesso em 31.08.2015.

¹⁴ Acesso em 31.08.2015.

¹⁵ Id. 11.

Se acender vela na capela ou online, se orar no culto/missa ou diante de um download no iPad ou Smartphone, ou se a mão do médium, pastor ou padre pode ser substituída por um clique no botão enviar pedido de oração¹⁶, seja qual for o desafio, certo é que as instituições religiosas já se lançaram à busca de alternativas diante da perda da *hegemonia* do altar na vivência religiosa de cada pessoa.

A transformação dos atos de fé em relacionamentos através das mídias digitais tem mexido com as estratégias de marketing das instituições religiosas. A *ciber-igreja* está aí, mas o que se faz imperioso perguntar é se o mundo religioso poderá atender à crise anunciada que eclode em torno do *ciber-fiel*, em face de uma questão indissociável da Sociedade em Rede, assim descrita por Manuel Castells:

Nesse mundo de mudanças confusas e incontroladas, as pessoas tendem a reagrupar-se em torno de identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais, nacionais. O fundamentalismo religioso – cristão, islâmico, judeu, hindu e até budista – provavelmente é a maior força de segurança pessoal e mobilização coletiva nestes tempos conturbados. (CASTELLS, 2009, p. 41).

É a propósito frisar que o fundamentalismo religioso está alicerçado em três características comuns, presentes na grande maioria dos discursos dos que o praticam: 1) Interpretar ao pé da letra a escritura sagrada; 2) Pensar sistematicamente que “todos os outros estão errados”; 3) E a escolha arbitrária da verdade mais conveniente àquele grupo / pessoa (TANIGUCHI, 2004, p. 48).

Desafios da condição do *ciber-fiel*

Sabe-se que as principais religiões brasileiras, de know how eclético no uso dos meios radiofônico e televisivo por terem adaptado os elementos espetaculares dos seus cultos presenciais, abriram caminho dentro das possibilidades das tecnologias comunicacionais, e hoje vemos os fieis indo além do copo com água próximo ao rádio ou à tevê. A *ciber-igreja* viceja. É a condição do *ciber-fiel* que mais suscita interrogações.

¹⁶ A Igreja na internet: surgimento de uma religião 2.0? Por: Thamiris Magalhães de Sousa, disponível em http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4075&secao=373

Não se sabe até onde o desenraizamento da tradição e a hiperatividade mental provocada pela Sociedade em Rede (Castells, 2009, p. 40) pode levar essa atual civilização, cada vez mais marcada pela individualização. Partindo dessa premissa, corrobora para uma perspectiva mais temerária do futuro uma das questões pontuadas por Zygmunt Bauman.

A individualização chegou para ficar; toda a elaboração sobre os meios de enfrentar seu impacto sobre o modo como levamos nossas vidas deve partir do reconhecimento desse fato. (BAUMAN, 2001, p. 48).

Num mundo individualista, no qual a “generalizada mediação (...) faz da verdade algo que necessariamente aparece num meio (os meios de comunicação representando nesse processo um papel determinante), como se a verdade tivesse desertado o mundo” (D’AMARAL, 2004, *apud* SOUZA, 2009, p. 2), configura-se num potencial campo de pesquisa a forma como a religiosidade impactará vidas com seus novos formatos digitais.

Enquanto Jean Baudrillard coloca a problemática do simulacro, ou de que vivemos em uma sociedade altamente virtualizada e esquecida do real, posto que tudo é uma sequência de signos; e na medida em que Bauman aponta que a liberdade é prioridade sobre a segurança (SOUZA, 2009, p. 12), o que gera o *mal-estar* da pós-modernidade; é em Claudine Haroche¹⁷ que a condição do indivíduo pode ser apreendida quando ela enfatiza que “há uma insegurança psíquica profunda em face de que os fluxos sensoriais contínuos levam à crise dos sentidos. Dá-se que a instabilidade e a incerteza foram para o centro da cultura e da educação”, sendo que o indivíduo tem ilusão de que controla a realidade, psíquica, inclusive.

Os desafios de auto-percepção e identidade nos moveidos campos da representação e do simbólico, agravam-se mediante um aspecto de ordem objetiva, mas de irrevogáveis proporções que melhor podemos apreender em Castells, quando descreve o cenário socioconjuntural da Sociedade em Rede.

A segmentação global da sociedade em rede, precisamente por causa do seu dinamismo produtivo, está a colocar uma parte significativa da humanidade em condições de irrelevância estrutural. Não é apenas a pobreza, é que a economia global e a sociedade em rede trabalham mais eficientemente sem centenas de milhares de coabitantes deste planeta. Temos, assim, a maior das contradições: quanto mais

¹⁷ 2005, Revista USP de Educação e Pesquisa, vol. 31, número 3.

desenvolvemos a elevada produtividade, os sistemas de inovação da produção e da organização social, menos precisamos de uma parte substancial de população marginal, e mais difícil se torna para esta população acompanhar esse desenvolvimento. (CASTELLS, M; CARDOSO, G. P. 28)

Assim, enquanto no mundo das religiões se discute sob a perspectiva mercadológica e do perfil de consumo do *ciber-fiel*, este está mergulhado nas consequências psicológicas da globalização¹⁸: as confusões de identidades (local e global), possibilidade de escolha entre diferentes culturas e um período da vida adulta com características de adolescência continuada.

Em face do panorama religioso acima exposto, no qual as várias denominações procuram seus próprios espaços à forma de proselitismo, e do desenraizamento e ausência de identidades da Sociedade em Rede que pode levar a cenários de fundamentalismo religioso, neste artigo se propõe a criação de uma ferramenta comunicacional que se configura na oferta de um espaço para o uso das novas tecnologias justamente para o incentivo à tolerância e o diálogo entre pessoas de orientações religiosas diferentes.

É a esse contexto que a ideia do **Aplicativo 5byFaith** será inserida, com o objetivo de incentivo real à troca de cunho cultural e amigável entre cidadãos comuns que possuem crenças distintas. A pretensão é gerar uma espécie de antídoto contra intolerância e fundamentalismo religiosos, conforme veremos a seguir.

O Aplicativo 5byFaith (Cinco pela Fé): *Mock Up*, fundamentos e modo de funcionamento

O Aplicativo *5byFaith* (Cinco pela Fé), ou *5bF*, surge de se pensar a questão das mudanças do mundo das religiões, na Sociedade em Rede, sob a perspectiva do *ciber-fiel*, em face das demandas psicossociais sobre ele desabadas, bem como para contribuir para que o maior número possível de indivíduos encontre, em seus dispositivos de *iPad*, celulares e *smartphones*, uma forma de se socializar com pessoas de orientações religiosas diferentes das suas.

¹⁸ Efeitos da globalização e da sociedade em rede via Internet na formação de identidades contemporâneas. Marcelo Deiro Prates da Silveira, disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1414-98932004000400006&script=sci_arttext

O *5bF* é um espaço laico, não apolítico, sem proselitismo e não-sectário para diálogo entre pessoas que entram, via aplicativo, em uma comunidade que distribui os inscritos em grupos de cinco.

Com o intuito de ressignificar culturalmente e, nos planos simbólico e das representações, o diálogo interreligiões, oferece-se aos fieis, e aos líderes religiosos o direito à palavra. Além de um *lay out*, ou *mock up*, moderno e de uso intuitivo, os participantes poderão interagir dentro de cinco seções-matrizes:

- 1) Fique em sua Religião: declaro que não desejo convertê-lo, nem provar que minha religião é mais correta que a sua.
- 2) Façamos a Paz Mundial: debater soluções para conflitos religiosos sem sentido em escala global.
- 3) Fé é Respeito: Cordialidade e incentivo à opção religiosa do outro.
- 4) Fieis à Reflexão: encontro de pontos semelhantes entre as suas crenças.
- 5) Feliz Noite: vou orar por você.

Em cada seção, enquanto os participantes trocam ideias, surgirão, no campo visual, informações e curiosidades construtivas acerca das diferentes religiões dos participantes. Conforme o espaço temático (seção), haverá lista de assuntos a serem citados / contados / dialogados, como por exemplo: conte um ato *heroico* da sua mãe ou do seu pai baseado na fé que eles o ensinaram; compartilhe um relato de vida com base na prática da sua crença; compartilhe mensagens inspiradoras, ou aquelas que dão lastro ao seu cotidiano, entre muitos outros.

Como incentivo, cada participante poderá dar uma nota ao próprio grupo, e, com autorização de todos, alguns conteúdos ou itens dialogados, os mais pontuados, podem ser divulgados publicamente pelo administrador.

O *5bF* cria espaço para reflexão e troca de ideias, concórdia e não disputa, cordialidade e não doutrinação, compartilhar e nunca impor pontos de vista, entre outras práticas sociais saudáveis.

Por exemplo concreto de cada item, podem surgir informações positivas a respeito da religião de cada internauta participante.

O item 1, Fique em sua Religião, será o espaço para reflexões sobre a pluralidade, destacando, por exemplo, curiosidades a respeito das ações de instituições

nas áreas social, cultural e ambiental. O arcabouço sugerido é a reflexão sobre iniciativas louváveis para além do campo doutrinal.

O item 2, Façamos a Paz Mundial, chamará à troca de reflexões propositivas acerca de paz mundial, também ultrapassando os dogmas restritivos e pondo em pauta tópicos do quão efetiva pode ser a participação das religiões em áreas como economia e geopolítica.

O item 3, Fé e Respeito, assuntos de fatos pontuais inter-religiosos, com destaque para ações em conjunto em situações de calamidade, por exemplo, em que várias religiões põem em ação um pequeno exército de solidariedade. Mais uma vez, o eixo do assunto não será cartilhas e interpretações próprias de escrituras sagradas, mas sim a fé que produz obras concretas e, assim, merece o respeito dos membros de outras denominações.

O item 4, Fieis a Reflexão, parte de uma troca de informações com base em similaridades entre as religiões dos participantes. Ficará claro, nas sugestões de assuntos, que o fator comparativo é para o encontro de semelhanças, e não de diferenças que possam gerar emissão de juízos de valor depreciativos.

Por último, o item 5, o Feliz Noite é o espaço da cordialidade, com assuntos e frases que proponham uma mútua amistosidade e até mesmo uma futura amizade.

Segue o *Mock Up* sugerido com as telas de apresentação de cada seção.



5 by faith

5 by faith

O 5bf, cria espaço para reflexão e troca de ideias, cordia e não disputa, cordialidade e não doutrinação, compartilha e nunca impor pontos de vista, entre outras práticas saudáveis.

É um espaço laico, não apológico, sem proselitismo e não sectário aberto para diálogo.

Com o intuito de ressignificar culturalmente e nos planos simbólicos e das representações, o diálogo interreligiões, oferece-se aos fiéis, e não aos líderes religiosos, o privilégio do direito à palavra.

Infográfico

5 by faith



5 by faith



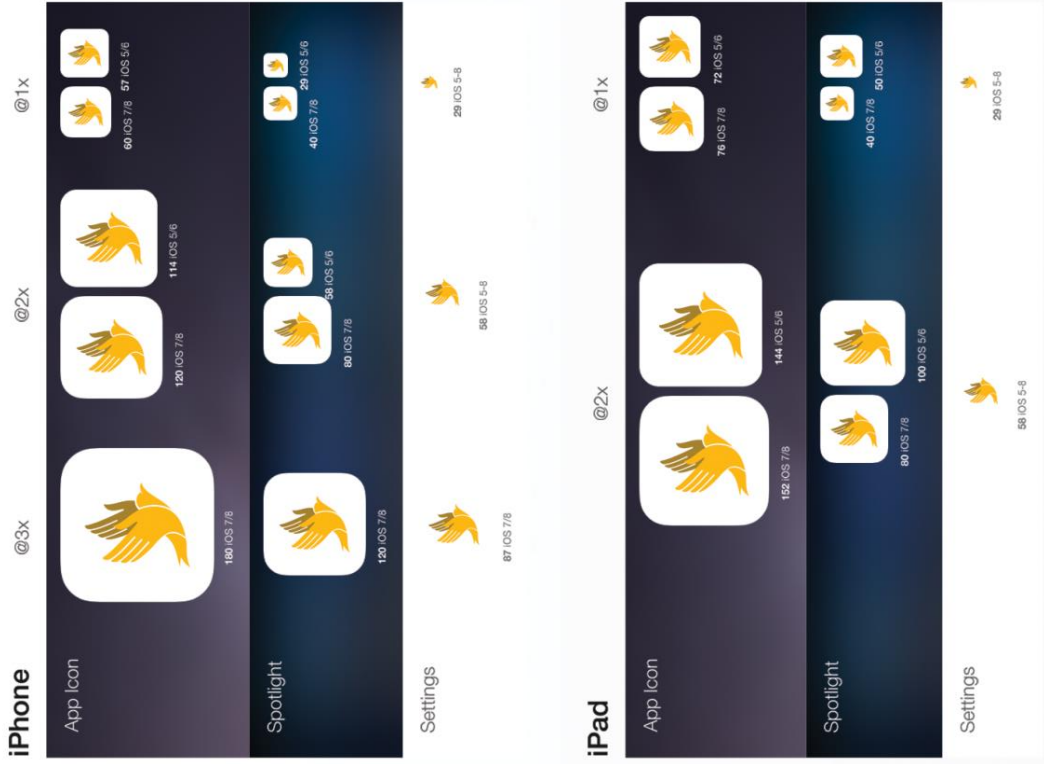
5 by faith

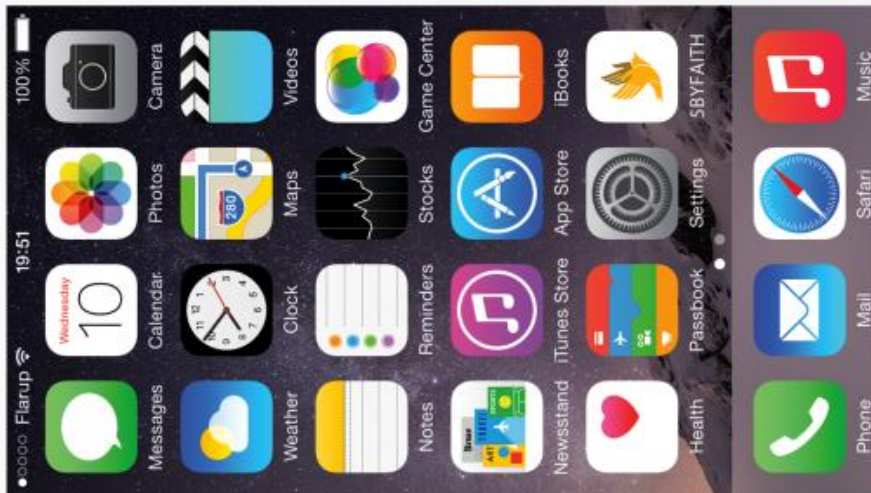
Tela Inicial





1024 Retina App Icon for App Store





Home Screen



5 by faith GRATIS

★★★★☆ (197)

Details | Reviews | Related



Carlos Nunes
Escrito em: 26/09/2015
Origem: Brasil

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla nec sapien a ligula commodo suscipit. Sed blandit id orci finibus pellentesque. Sed consequat vulputate nibh, pellentesque placerat ipsum viverra vel. Maecenas finibus sed mi luctus semper. Praesent eu leo eu tortor dignissim semper at at tortor. Morbi venenatis laculis tortor ac sollicitudin. Etiam cursus leo id venenatis feugiat. Suspendisse dapibus metus et ex ultricies, imperdiet auctor augue lobortis. Donec nec lacus accumsan, scelerisque est feugiat, aliquam sem.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla nec sapien a ligula commodo suscipit. Sed blandit id orci

App Store App



5 by faith GRATIS

★★★★☆ (197)


 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla nec sapien a ligula commodo suscipit. Sed blandit id orci finibus pellentesque. Sed consequat vulputate nibh, pellentesque placerat ipsum viverra vel. Maecenas finibus sed mi luctus semper. Praesent eu leo eu tortor dignissim semper at at tortor. Morbi venenatis laculis tortor ac sollicitudin. Etiam cursus leo id venenatis feugiat. Suspendisse dapibus metus et ex ultricies, imperdiet auctor augue lobortis. Donec nec lacus accumsan, scelerisque est feugiat, aliquam sem.



Sed blandit id orci finibus pellentesque. Sed consequat vulputate nibh, pellentesque placerat ipsum viverra vel. Maecenas finibus sed mi luctus semper. Praesent eu leo eu tortor dignissim semper at at



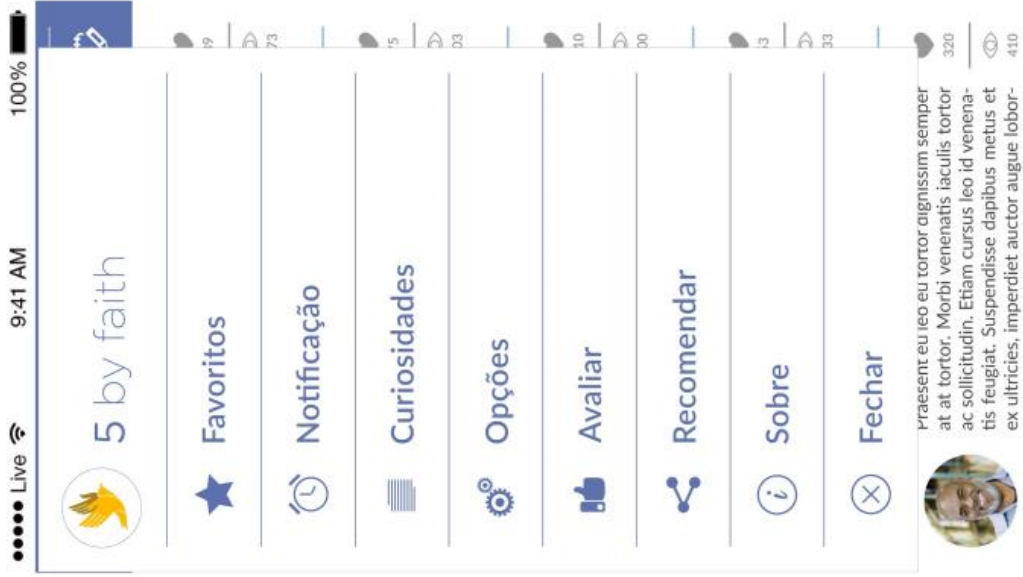
Maecenas finibus sed mi luctus semper. Praesent eu leo eu tortor dignissim semper at at tortor. Morbi venenatis laculis tortor ac sollicitudin. Etiam cursus leo id venenatis feugiat. Suspendisse dapibus metus et



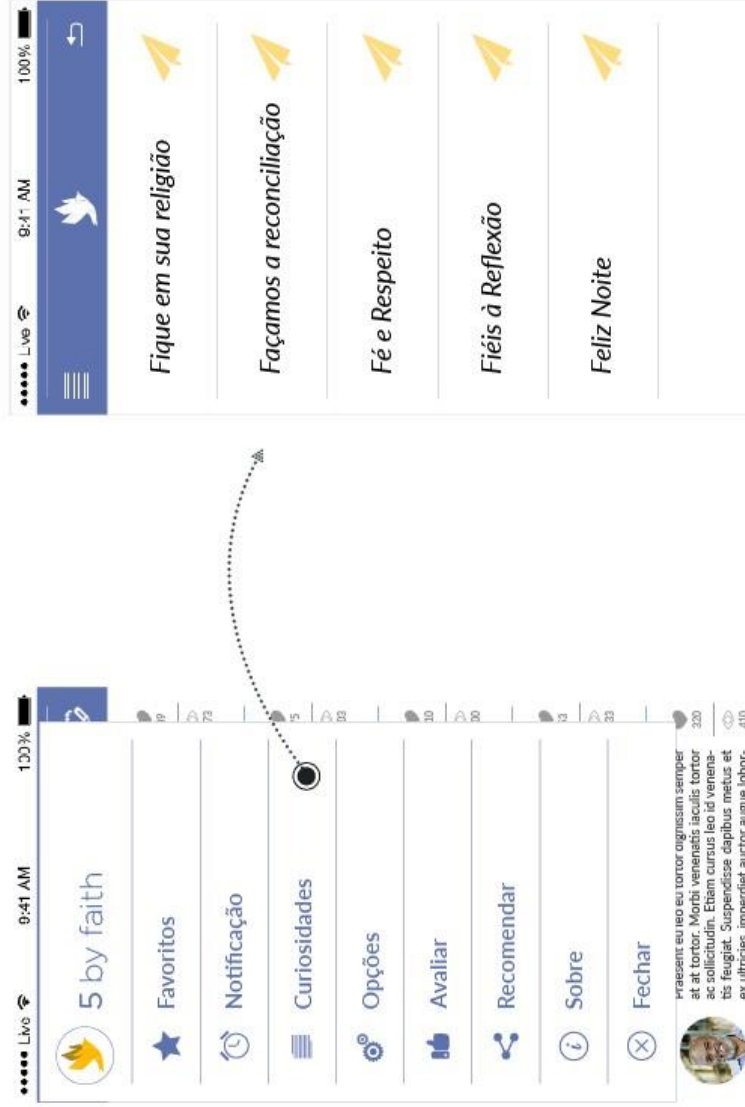
Praesent eu leo eu tortor dignissim semper at at tortor. Morbi venenatis laculis tortor ac sollicitudin. Etiam cursus leo id venenatis feugiat. Suspendisse dapibus metus et ex ultricies, imperdiet auctor augue labor-

App Store Wish List

Tela de Menu



Seção - Navegação



Seção - Navegação



Tela de Mensagens



Seção - Fique em sua religião



Seção - Façamos a Paz Mundial



Seção - Fé e Respeito



Seção - Fiéis à Reflexão



Seção - Feliz Noite!



A coadunar com Thompson (1998, p. 13), assumir o novo condicionamento social dado pela experiência mediada requer que nos demos conta de que “O uso dos meios de comunicação implica a criação de novas formas de ação e interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento dos indivíduos com os outros e consigo mesmo” (THOMPSON, 1998, p. 13).

Além da intrínseca vocação para dar aos espaços da *webfé* uma via pacífica de convívio social – e religioso –, a troca de *narrativas* e das experiências próprias pode significar um fator constitutivo de autoafirmação sadia, conforme nos aponta Thompson:

Dizer a nós mesmos e aos outros o que somos é recontar as narrativas – que são continuamente modificadas nesse processo – de como chegamos até onde estamos e para onde estamos indo daqui para frente. Somos todos biógrafos não oficiais de nós mesmos, pois somente construindo uma história, por mais vagamente que a façamos, é que seremos capazes de dar sentido ao que somos e ao futuro que queremos...” (THOMPSON, 1998, p. 184).

Considerações Finais

Dá tábua dos Dez Mandamentos ao *Smartphone*, do espetáculo presencial, radiofônico ou televisivo ao passe ou vela virtual, sabemos que as tradições religiosas não desaparecerão, mas terão de ser transformadas para manterem o vínculo com o cotidiano das pessoas.

Na Sociedade em Rede, cada vez mais mediada e/ou midiaticizada, sabemos que “a mídia foi usada efetivamente no serviço da tradição, desde a difusão das bíblias impressas e dos livros de oração” (THOMPSON, 1998, p. 171), e ela continuará transformando a tradição de modo substancial.

Nesse contexto, desde que o mundo religioso tomou para seu uso e expansão os meios da rádio e da tevê, várias instituições religiosas deram prova de que são capazes de se adaptarem às variadas tecnologias comunicacionais.

Por isso, quando o assunto é os espaços da *webfé*, ou a atuação das *ciber-igrejas* nas mídias sociais, é vital observar as mudanças sob a perspectiva das religiões, mas para observar de quais estratégias de expansão de mercado se utilizam para angariar rebanhos virtuais – se estão a buscar efetivamente uma postura ética ou se, por outro lado, fomentam sectarismos e até fundamentalismos.

Da percepção de que existe a necessidade de um olhar que parta do ponto de vista do *ciber-fiel*, foi que surgiu a ideia propositiva do Aplicativo *Five by Faith (5bF)*,

ou Cinco pela Fé, que visa a oferecer um espaço virtual para diálogos entre pessoas de diferentes orientações religiosas, sempre fomentando conversas pautadas na troca saudável de informação e conhecimento a partir da crença de cada um. É intenção, a partir dos resultados obtidos em caráter experimental, aprofundar a pesquisa a partir dos presentes apontamentos, de uma base teórica mais ampla e dos resultados empíricos, verificados sob acompanhamento metodológico adequado.

Diante do que Thompson define como o “frágil sentido de responsabilidade pela humanidade e pelo mundo coletivamente habitado” (THOMPSON, 1998, p. 228), vemos grassar, tanto nas redes sociais quanto nas virtuais da Sociedade em Rede, indivíduos que supõem que sua liberdade os desobriga da reflexão, que aprendem a operar no nível dos discursos para justificar suas violências, e que julgam ter alcançado a autoafirmação psíquica sem, no entanto, terem se capacitado ao simples diálogo.

Por crer no ciber-fiel como o novo ser atuante que se reconfigura a partir de sua própria religiosidade; por convicção de que o contato humano com o *sagrado* pode constituir o papel reconciliador do mundo; e por uma esperança antiga de que indivíduos podem operar sobre a História, é que optou-se por terminar esse artigo com a metáfora da Rede, mas não a bíblica ou a do conceito de Castells.

Debaixo de tão poderosas dúvidas ao modo de ser religioso, é do poeta Mário Quintana que emprestamos uma só pergunta que pode resumir, em si, todas as outras.

*Senhor! Que buscas Tu pescar com a rede das estrelas?*¹⁹

Referências bibliográficas

ARAÚJO, V.L.D.; FRANCO, L.M. **Um estudo sobre o discurso religioso na mídia.** FAZU em Revista, Uberaba, n.7, p. 248 - 259, 2010.

BARBOSA, Alexandre. **O uso da mística na comunicação do MST, influência da Teologia da Libertação.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro, Editora Zahar, 2001.

¹⁹ QUINTANA, Mário. Para Viver com poesia. São Paulo: Editora Globo, 2008, p. 53

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Introdução, organização e seleção de Sérgio Miceli. 6 ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

BROSE, Reinaldo. **Cristãos usando os meios de comunicação social**. Telehomilética. São Paulo, Paulinas, 1980.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade** volume II. Ed. Paz e Terra, São Paulo, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**, vol. 3, São Paulo: Paz e terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CASTELLS, M; CARDOSO, G. **A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política**. Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 2005.

FREIRE, Adriana do Amaral; BRONSZTEIN. **Ciber-fiel e a Ciber-igreja: Uma análise a partir da fanpage do Bispo Edir Macedo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013.

FRESTON, Paul. **Protestantes e políticas no Brasil: da constituinte ao Impeachment**. Campinas, 1993. Diss (doutor.). Universidade Estadual de Campinas, Depto. de Ciências Sociais).

LONDOÑO, Fernando T. **História das Religiões: breve panorama histórico e situação atual no Brasil**, in *Compêndio de Ciência da Religião*. SP. Paulinas/Paulus, 2013.

MATAYOSHI, Leda Y. **“Bem aventurados aqueles que se comunicam como marca”**, A Igreja Renascer em Cristo. São Paulo, 1999. Dissertação de Mestrado, Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP), Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo.

POLATO, Fábio Sebastião. **O uso do rádio e da TV por instituições religiosas: Um fenômeno crescente nos mais variados canais de comunicação**. Bauru: 2015. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.

PUNTEL, Joana. **A IGREJA A CAMINHO NA COMUNICAÇÃO**. Revista *Teocomunicação*, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, jul./dez. 2011.

RODRIGUES, D. **Sociologia da Religião**. Porto: Edições Afrontamento, 2007.

SOUZA, Priscila Vieira e. **Entre o Claustro e o Portal: Reflexões sobre Mídia e Religião a partir da Inserção Beneditina na Internet**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.

TANIGUCHI, Masanobu. **Caminho da Paz pela Fé**. São Paulo: Seicho-No-Ie do Brasil, 2004.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.