

UNIVERSIDADE FRANCISCANA

GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

GABRIELE DA SILVA BORDIN

TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO

**MANUTENÇÃO DOS CONTRATOS DE FÉ EM INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS
PROTESTANTES NO PERÍODO DE PANDEMIA DA COVID-19: O CASO DA IGREJA
BATISTA NACIONAL DE SANTA MARIA**

SANTA MARIA - RS

OUTUBRO, 2020

GABRIELE DA SILVA BORDIN

MANUTENÇÃO DOS CONTRATOS DE FÉ EM INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS
PROTESTANTES NO PERÍODO DE PANDEMIA DA COVID-19: O CASO DA IGREJA
BATISTA NACIONAL DE SANTA MARIA

Trabalho Final de Graduação apresentado no curso de Jornalismo da Universidade Franciscana como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof^a. Rosana Cabral Zucolo.

GABRIELE DA SILVA BORDIN

MANUTENÇÃO DOS CONTRATOS DE FÉ EM INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS
PROTESTANTES NO PERÍODO DE PANDEMIA DA COVID-19: O CASO DA IGREJA
BATISTA NACIONAL DE SANTA MARIA

Trabalho Final de Graduação apresentado no curso de Jornalismo da Universidade Franciscana como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof^a. Rosana Cabral Zucolo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em:

Banca examinadora:

Prof^a. Dr^a. Viviane Borelli
UFSM

Prof^a. Dr^a. Fabiana Pereira
UFN

Prof^a. Dr^a. Rosana Cabral Zucolo
(orientadora) UFN

AGRADECIMENTOS

Antes de mais nada, agradeço ao meu companheiro de todos os momentos, “aquele que era, que é e que há de vir”, por tudo. Foi Ele que me trouxe até o Jornalismo e que me sustenta até aqui. Nada faria sentido sem Ele, Jesus.

Agora é a tua vez, lógico, mãe. Márcia Simone da Silva Bordin é o nome de quem mais acredita em mim e que, se pudesse, realizaria todos os meus sonhos com as próprias mãos, privilegiada que sou. Mil palavras e eu contar tudo o que faz por mim não expressariam toda a minha honra por ser tua filha, meu exemplo. Pai, José Luiz Alves Bordin, tua paciência e cuidado são essenciais. Obrigada por uma vida de dedicação à tua família. Onde eu estaria se não nos amasse tanto assim? Minha irmã, Priscila da Silva Bordin, Pri, é minha força, garra e confiança. Tu é essa parte de mim. Esteve comigo durante a graduação tanto quanto em qualquer outro momento da vida. Agora, me deu o melhor presente que eu poderia receber, minha sobrinha e afilhada Luiza Bordin Gall. A Luli ainda não está aqui fora e, mesmo assim, já transborda o meu coração.

Que paixão a minha pela família de outra casa, a vó Nica, Eni Oliveira, o melhor vôdrasto, Jarbas Peres Cesar, o tio Charles Cesar e a prima Livia Cesar. Obrigada de todo o meu coração a quem tanto me apoiou, incentivou e vibra por mim, em especial o vô Calisto Bordin, a vó Helena Bordin, o vô Gilberto Silva, a tia Carine Vieira, a tia Cristiane Bordin, e a prima mais doce do mundo, Natalie Vieira.

É impossível não mencionar o momento mais difícil destes quatro anos, o dia 27 de outubro de 2019 e os três meses que se seguiram, afastada da universidade. Nunca poderei retribuir aqueles que estiveram comigo em presença ou com orações. Não seria capaz de denominar a todos, mas tenho a mais plena convicção de que cada um fez diferença.

Agradeço à minha família da fé, a Igreja Batista Filadélfia de Santa Maria, em especial ao pastor Levi Dietrich Espindola, que me orienta com muito carinho em momentos difíceis. Também aos amigos e mentores da vida, Alessandro e Luciana Rodrigues e Fabrício e Jaqueline Machado. E aos meus melhores e eternos amigos Nadja Machado, Rafaela Flores, Ismael de Lima da Rosa e Leonardo Almeida. Tudo é melhor quando temos irmãos com quem nos alegamos e choramos.

Algumas pessoas fizeram total diferença em minha estada na universidade, o Grupo Farol. Unir a fé e a razão não é loucura e nem causa perdida, é simplesmente dar o crédito da obra ao Criador do universo. Nesse mundo tão confuso e carente de amor, somos luz. Que orgulho ter estado com vocês!

Agradeço à professora Rosana Cabral Zucolo, orientadora deste trabalho e com quem pude contar em todos os momentos deste trajeto. Em meio aos difíceis momentos da realização de um trabalho final de graduação em meio a uma pandemia, ela foi compreensiva e uma amiga. Topou os desafios, como a mudança de temática e de objeto de pesquisa, quando nem eu mesma acreditava que daria conta. Mas dêmos conta. Meu muito obrigada!

Meu agradecimento especial à professora que me guiou em diversos momentos da graduação, sempre com a dedicação, carinho e empenho que só ela tem, Fabiana da Costa Pereira. Ficarão guardadas a atenção das aulas, do grupo de pesquisa e até do início da concepção do projeto de pesquisa deste que é, hoje, o resultado.

Gratidão, também, à professora Viviane Borelli, que me acolheu em seu grupo de pesquisa antes mesmo de nos conhecermos pessoalmente e que topou avaliar este trabalho, que fala de uma área na qual é referência e grande inspiração.

Sou agradecida a todos os queridos colegas de graduação. Não conseguiria nominar um a um, infelizmente, mas é impossível não mencionar minha dupla e amigo que se fez irmão, Alam Carrion. Sou grata a todos os professores também. Temo muito esquecer o nome de algum, mesmo assim me arrisco, pois eles merecem: Sione Gomes, Bebeto Badke, Carla Torres, Glaise Palma, Gilson Piber, Iuri Lammel, Kytta Tonetto, Laura Fabricio, Maurício Dias, Morgana Machado, Neli Mombelli, Sibila Rocha, Alexandre Maccari Ferreira, Eduardo Ruttke von Saltiel, Liane Batistela Kist, Mitieli Seixas, Loidemar Luiz Bressan e Valdemar Munaro.

RESUMO

Este trabalho traz um recorte de um dos processos ocorridos com a sociedade na pandemia da Covid-19 em 2020, a imposição do uso das redes sociais em substituição a atividades tradicionalmente realizadas em formato presencial. A área abordada é a religião, com foco nas igrejas cristãs protestantes. O objeto analisado é a Igreja Batista Nacional de Santa Maria, congregação de cerca de 600 a 700 membros. A igreja em questão utilizou-se do Facebook e Youtube como canais de transmissão dos cultos, principal atividade da instituição. O embasamento teórico se guia por referências da temática, como Folquening (2009), Borelli (2010) e Sbardelotto (2011). Com a pesquisa, ficou evidente o esforço dos responsáveis pela instituição e membros por uma adaptação eficiente e segura em relação ao novo coronavírus. Ao mesmo tempo, barreiras mais ou menos difíceis se impõe frente ao novo.

Palavras-chave: Covid-19; midiatização; religião; Igreja Batista; redes sociais.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1. O CENÁRIO EVANGÉLICO: UM OLHAR PROBLEMATIZADOR	14
2.2. A MUDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO	18
2.2.1. O uso da mídia pela religião	19
2.3. O RELACIONAMENTO PELAS REDES SOCIAIS DIGITAIS	26
2.4. A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA O AMBIENTE DIGITAL	28
3. METODOLOGIA	30
3.1. DA NATUREZA DA PESQUISA	30
3.2. CATEGORIAS DE ANÁLISE	34
3.3. ANÁLISE DO OBJETO	38
4. CONCLUSÃO	46
5. REFERÊNCIAS	49
5.1 DOCUMENTOS ANALISADOS	51

1. Introdução

A Comunicação virtual dos Movimentos Religiosos Protestantes em meio à crise do novo coronavírus precisou ser totalmente adaptada ao novo contexto. Assim, formas de comunicar precisaram ser aprimoradas para que as instituições se mantivessem enquanto agente social ativo no cotidiano de suas comunidades.

Neste cenário, este estudo se propôs a estudar a adaptação ao ambiente virtual das igrejas em frente à pandemia da Covid-19: o caso da Igreja Batista Nacional de Santa Maria (IBNsm), cuja análise se delimita ao estudo da comunicação externa e interação com os seguidores em um período pré-estabelecido dentro da quarentena advinda da pandemia do novo coronavírus, em 2020.

O objetivo geral deste trabalho é estudar o relacionamento via rede social Facebook da IBNsm com seu público, durante o isolamento físico em decorrência do novo coronavírus. Especificamente, objetivou-se identificar a produção de conteúdo das páginas da IBNsm nas redes sociais digitais, Facebook e YouTube, -linguagem, frequência, abordagem, temáticas, etc-, em comparação entre pré e durante a pandemia no Brasil; mapear os relacionamentos estabelecidos com os seguidores através de reações, diálogos e visualizações nos períodos estipulados, e analisar os conteúdos produzidos e os relacionamentos mapeados.

As igrejas protestantes do Brasil, num panorama geral, já vêm acompanhando o advento das redes sociais. Nos últimos anos, as instituições têm se adaptado em maior ou menor grau a esta nova realidade da sociedade, a do mundo on e off-line, convivendo juntos e imbricados um ao outro. Porém, ainda há diferenças drásticas de adaptação entre as diferentes instituições religiosas do segmento. Enquanto, por exemplo, ministérios nativos da internet já são significativos e ambientalizam o ethos religioso, antigas igrejas buscam esta nova “reforma”¹ e vão, aos poucos e com resistência, assumindo a necessidade e a importância das ferramentas digitais enquanto estas já se sobrepõem a qualquer tentativa de permanência meramente física e territorial.

¹ Em referência à Reforma Protestante, mudança drástica que mudou a história da Igreja permanentemente, no século 1500 d.C..

Em meio à crise, toda a humanidade deparou-se com um isolamento físico imposto. Comumente chamado de “isolamento social”, aqui o termo será classificado como “físico” e “territorial” devido à vasta possibilidade de interação social mesmo em meio a uma quarentena, como é o caso do uso das redes sociais para manutenção das relações sociais entre indivíduos e instituições.

Este isolamento físico provocou mudanças em toda a sociedade ao redor do mundo, quando pessoas de todas as faixas etárias e instituições de todas as áreas e segmentos foram afetados. Embora a internet já viesse em advento há anos, o mundo globalizado não só pela economia e política, mas principalmente pela comunicação, ainda tem suas relações interpessoais e organizacionais fortemente dependentes do contato físico e da localização territorial. A partir disso, confirmamos, cada dia mais, que as relações fisicamente próximas são inerentes aos humanos e, com isso, insubstituíveis. A característica do isolamento físico deste período de quarentena evidencia a importância da comunicação virtual como grande aliada da manutenção dos contratos de fé. Porém, este momento, mais do que nunca, revela a necessidade do ser humano de contato interpessoal através de experiências no mundo offline.

Empresas, sejam elas de varejo, indústria ou serviços, e instituições, sejam educacionais, governamentais, de saúde, religiosas, de esportes e quaisquer outras foram afetadas bruscamente. Em meio a cada um destes cenários há responsáveis preocupados com a manutenção e o funcionamento das mesmas, e públicos apavorados pela pausa brusca da rotina, ávidos por respostas de como e quando continuar os processos e, principalmente, a forma de se adaptar a este mundo transformado à força.

Os governos também ficaram confusos, pois uma crise desse tamanho não era esperada. Decisões completamente opostas umas às outras são tomadas quase diariamente, por vezes, a cada hora. Cenário este de despreparo e surpresa, principalmente em países menos organizados e igualitários e mais divergentes no campo político, provocando afetações em todos os outros âmbitos como saúde, economia e educação, tal como ocorre no Brasil. De uma extremidade à outra, do cume à base, são intensificados os sentimentos de incerteza, menosprezo, pânico, desespero e egoísmo, dificultando ainda mais a adaptação.

Entre estes processos de remodelagem de todas as áreas e grupos sociais, pesquisadores de todo o Brasil e do mundo voltaram seu olhar e esforços para esta recontextualização de práticas e *modus operandi*. No campo da Comunicação não foi diferente. A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) reúne alguns destes estudos e aborda com a atenção necessário através do GP de comunicação, mídia e religião, coordenado pela professora Magali Cunha, especialista na área.

Em meio às restrições, os centros religiosos precisam adaptar palestras, missas, cultos, cursos, atendimentos em grupo e individualizados, enfim, tudo para o único ambiente de interação possível: o ciberespaço. Este local com múltiplas possibilidades de relações interpessoais e grupais é definido por Pierre Lévy (1999) como

o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos [...], na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização (p. 94-95).

Observando o aumento da popularidade dos representantes do segmento cristão protestante na internet², questão a ser retomada mais adiante, identifica-se a necessidade de estudar mais sobre tais produtores de conteúdo, entender tais produtos e saber como conquistam seus fiéis.

Acerca destas primeiras investigações criam-se questionamentos sobre os discursos, emissão e recepção destas mensagens empregadas pelos influenciadores cristãos, sejam eles pessoas ou instituições. “Como objeto de estudo da comunicação, a religião está em relação e interação com a mídia, seja ela internet, TV, rádio ou impresso” (FANTONI E HASLINGER, 2018. p. 3).

Assim, primeiramente, optou-se por analisar, como objeto de estudo desta pesquisa, uma grande denominação do centro do país. Porém, ao dar início ao trabalho sobre, foi detectada a ágil e quase natural adaptação da igreja em questão frente à pandemia, devido a esta denominação ser uma das pioneiras em uso das TICs no Brasil. Além disso, no aprofundamento e análise dos procedimentos da metodologia teórica adotados neste estudo, a netnografia, compreendeu-se a

² Este aumento de popularidade é percebido pelos números de visualizações e seguidores dos maiores expoentes do segmento e de acordo com os estudos que crescem dentro desta área, principalmente no campo da Comunicação.

relevância de atentar ao ineditismo no estudo, ponderando, principalmente, a não repetição de abordagem de um mesmo objeto já presente em trabalhos acadêmicos anteriores, o que havia sido constatado na pesquisa exploratória inicial deste presente percurso.

Desta forma, além de buscarmos uma denominação que tenha sofrido maior mudança frente à pandemia e que não estivesse já presente em estudos de comunicação, grande parte devendo-se ao seu não grande avanço e amplitude em TICs, optou-se, como objeto de estudo desta, por uma denominação local, de Santa Maria (RS), onde foi realizado este trabalho.

A Igreja Batista Nacional de Santa Maria foi fundada em 1998. Em 2020, ela possui mais três congregações na cidade. A IBNsm faz parte da Convenção Batista Nacional (CBN), organização que reúne diferentes denominações, as quais somam aproximadamente 2.700 igrejas, sendo 98 no Rio Grande do Sul³. Desde a fundação em Santa Maria, a IBNsm é liderada pelos pastores Levi Oliveira e Cristiane Oliveira⁴. Oliveira é pastor em Santa Maria, há 22 anos, é teólogo e cientista social. A congregação tem cerca de 600 a 700 membros, conforme último levantamento realizado, há dois anos, segundo as informações repassadas pelo líder da equipe de Comunicação, em entrevista à pesquisadora. Ainda de acordo com ele, a congregação tem, hoje, cerca de 30 grupos caseiros (como são intituladas as reuniões semanais em grupos, nas casas de membros), 25 ministérios, e oito redes (subdivisões eclesiásticas).

Hoje, a IBNsm utiliza uma rede social, o Facebook (@IBNsma), com 2.142 seguidores, sendo este o veículo de maior alcance da denominação, e mais dois canais virtuais, que são um site (ibnsm.com) e um canal no YouTube (/IBNsm), com 708 inscritos. Antes da pandemia, porém, os números eram bem menos expressivos, de acordo com o relato do líder da comunicação da IBNsm, Gustavo Zimmermann, em entrevista em profundidade para este trabalho.

Nesse sentido, o problema de pesquisa que foi suscitado elencar pistas como: de que maneira as instituições religiosas de segmento protestante se adaptaram aos usos das redes sociais para continuarem ativas em meio ao cenário de isolamento físico durante a quarentena em decorrência do novo coronavírus? Até que ponto esta interrupção dos encontros físicos foi suprida

³ Fonte: site da Convenção Batista Nacional.

⁴ Fonte: site da IBNsm.

pela internet? E a ferramenta tem sido bem utilizada ou poderia ser melhor explorada, se melhor aceita? Em relação ao perfil do Facebook da IBNsm, objeto de estudo deste trabalho, quais foram os impactos causados pela quarentena?

Buscou-se analisar, então, o Facebook e YouTube devido, sobretudo, ao volume maior do grupo, mas, também, às maiores possibilidades de interação do público com a igreja, bem como o desempenho da mesma em ser presente em tal veículo.

A equipe de comunicação da igreja tem 11 membros, todos voluntários. Dois deles são de áreas afins à comunicação e os demais aprendem a partir das experiências e instruções da própria equipe. Um deles, o líder, é Gustavo Zimmermann, analista de sistemas e bacharel em Sistemas de Informação, e um graduando em Administração e Marketing.

Na metodologia da Netnografia, utilizada neste trabalho, é evidenciado que “Em geral, deve-se dar preferência a comunidades que sejam relevantes, ativas, interativas, substanciais, heterogêneas e ricas em dados” (KOZINETS, 2014. p 91), o que complementa e confirma as escolhas de objeto a ser analisado e método de pesquisa a ser utilizado, pois a congregação teve um efetivo empenho em usufruir dos veículos de mídia da internet para manter seu funcionamento. Embora a religião seja feita de grupos constituídos por instituições e pessoas (fiéis, adeptos...), entende-se no tocante à midiatização, que diferentes processos acontecem com as instituições (igrejas) e com seus membros e público de interesse (indivíduos). Por isso, no referencial teórico do presente trabalho são examinados, ora conjuntamente, ora separadamente, os processos de midiatização por cada um destes sujeitos (igrejas, enquanto instituições, e pessoas, enquanto indivíduos).

Foi escolhido analisar a comunicação de uma instituição do campo religioso através da ferramenta da etnografia porque “as etnografias da comunicação caracterizam-se sobretudo pela sua consideração fundamental do sistema comunicativo das comunidades estudadas estabelecendo a ligação entre comunicação e a sua dimensão moral, social e política” (id., 2015. p. 84).

Na presente pesquisa, é realizado um levantamento do cenário da relação entre religião e mídia. Além disso, é traçado um panorama do uso da mídia pela religião, especialmente no Brasil, lado a lado com estudos que já foram feitos sobre os temas. Para tanto, apoia-se em teóricos da

mídia tais como Moisés Sbardelotto, Viviane Borelli, Victor Floquening e Herivelton Regiani, que estudam a midiatização da religião; constata fatos e compara trabalhos. Com um cenário teórico-conceitual e empírico, a pesquisa tem subsídios para apresentar o panorama atual da sociedade frente à recente demanda do contexto da pandemia e o objeto examinado, um típico exemplo de estudo de caso singular e, ao mesmo tempo, extensivo. Para tal, é apresentado o cenário evangélico, sua midiatização e envolvimento com a mídia, com ênfase no Brasil, e o uso das redes sociais. Este referencial teórico, que traz autores de cada segmento, é apresentado no capítulo 2 do presente estudo. No capítulo 3, a corrente teórica pela qual esta foi guiada, a Netnografia, é explicada. Por fim, no capítulo 4, é realizada a apresentação aprofundada, observação, descrição e conclusões acerca do objeto, com a realização da análise, que levou em consideração os aspectos abordados nos capítulos anteriores do trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O CENÁRIO EVANGÉLICO: UM OLHAR PROBLEMATIZADOR

Já se pode perceber a presença de temas que abordam as instituições e figuras vinculadas à religião evangélica⁵ em pesquisas acadêmicas de todos os níveis - graduação, especialização, mestrado e doutorado -, porém, a discussão ainda tem muito o que tratar neste amplo e complexo campo de mudanças constantes.

De acordo com Regiani e Borelli (2018), os estudos manifestações do uso da mídia pela religião tiveram início realmente representativo na década de 1990, com movimentos da igreja católica. No cenário evangélico, as autoras destacam a compra de redes de televisão por denominações neopentecostais⁶ predominantes, do mesmo modo, em rádios.

Nas pesquisas já realizadas percebe-se a presença mais forte dos canais de Youtube - classificados como cristãos-, como objetos. Ainda não há tanto aprofundamento das análises em redes sociais e demais meios digitais de comunicação de instituições religiosas, principalmente cristãs protestantes.

Outra mídia muito utilizada por cristãos protestantes - na maioria, pelos neopentecostais- é a televisão, discussão que já se tem há mais tempo no Brasil e, conseqüentemente, com mais desdobramentos. A televisão foi um dos primeiros veículos de comunicação em massa utilizados pelos cristãos protestantes. Conforme Borelli (2010a), os primeiros programas televisivos evangélicos transmitidos no Brasil datam de 1997, com um programa do missionário R. R. Soares, líder da Igreja Internacional da Graça de Deus.

No Brasil há grandes movimentos, proporcionais ao tamanho da nação, com linguagens que se adaptam aos seguidores de qualquer região, líderes que percorrem todo o território nacional e, muitas vezes, núcleos em cada estado ou região. Esses são os componentes básicos que fazem com que grandes fenômenos sejam estabelecidos.

⁵ O termo é utilizado em referência a todos os cristãos de vertente não católica, os advindos da Reforma Protestante, e diz respeito a diversos e distintos grupos e denominações.

⁶ Mais nova das três grandes vertentes evangélicas. Se distingue das outras duas, as igrejas históricas e as pentecostais, primeira e segunda, nesta ordem, advindas do Movimento Protestante.

Lévy (1999, p. 114) elucida que “[...] a longo prazo, um determinado “nicho” não pode acolher um número muito grande de espécies concorrentes. A variedade inicial desaparece em proveito de algumas formas de vida dominantes”.

Um ministério que tem grande repercussão no país é o JesusCopy - em português, Cópias de Jesus -, que nasceu com vídeos no YouTube com pregações em igrejas e devocionais feitos pelo líder do movimento, o pastor de jovens Douglas Gonçalves. Hoje, o ministério possui loja online com produtos exclusivos, livros escritos por Gonçalves e conteúdos direcionados ao público de interesse nas redes sociais, site e, ainda, canal do Youtube. Atualmente, o JesusCopy possui mais de um milhão de seguidores em cada um de seus principais canais de comunicação -Youtube, Facebook e Instagram-.

Outro movimento de cunho evangelístico e que tem a internet como importante ferramenta de expansão é o Dunamis Movement -Movimento Dunamis-, com mais de 1 milhão de inscritos no YouTube e milhares de seguidores nas demais plataformas. Outros grandes movimentos protestantes internacionais que fazem bom uso das plataformas digitais são a Jovens Com Uma Missão (Jocum) Brasil, focada em missões evangelísticas, e o Fire Universitário, que funciona em instituições de ensino superior, ambos com milhares de seguidores em suas principais plataformas digitais. Todos esses movimentos têm uma mesma missão, propagar o evangelho de Jesus Cristo, e todos fazem uso da internet como ferramenta impulsionadora.

Essa religião midiaticizada só existe enquanto tal porque há dispositivos midiáticos para propor novos contratos, mantendo e ampliando o contato entre o mundo da fé e do fiel. Essas mudanças da ordem técnica e simbólica repercutem sobre a forma com que a religião se dissemina e se institui hoje na sociedade (BORELLI, 2010, p. 28).

Já a MPC Brasil é um movimento cristão protestante interdenominacional que trabalha em várias frentes com os chamados ministérios. Estes ministérios estão presentes nas 123 cidades do Brasil, totalizando 2.500 voluntários⁷. Com isso, para manter um bom funcionamento, com objetivos, propósitos e atividades alinhados, é necessário que ocorra uma comunicação organizada, alinhada às transformações da instituição e em funcionamento contínuo.

A interconexão em tempo real de todos com todos é certamente a causa da desordem. Mas é também a condição da existência de soluções práticas para os problemas de orientação

⁷ Fonte: site MPC Brasil.

e de aprendizagem no universo do saber em fluxo. De fato, essa interconexão favorece os processos de inteligência coletiva nas comunidades virtuais [...] (LÉVY, 1999. p. 169).

É no ambiente virtual que ocorrem a maioria dos encontros dos participantes da instituição. Para Elis Amâncio (2016, p. 44), “as Redes Sociais podem ser algo a mais na história da sua igreja. Estar no meio digital não quer dizer que iremos priorizar o on ou o off-line, mas, utilizá-lo com inteligência complementando o trabalho que é feito pela instituição”.

Neste espaço que une pessoas de todos os lugares com objetivos e interesses em comum, tendo um mesmo propósito e filiados a uma instituição ou não, é que as organizações cristãs protestantes conseguem configurar e reconfigurar seu status enquanto grupo social, que podem ser definidas, amplamente, como comunidades, mesmo não tendo uma territorialidade bem definida, mas fazendo parte de um mesmo grupo de pessoas, com ideais iguais e defendendo as mesmas causas, como explica Henriques (2005). E, por conseguinte, o ambiente digital se reconfigura e se torna parte importante desses movimentos, sendo uma ferramenta fundamental para seu funcionamento de diferentes formas.

Para Borelli (2010a), as mudanças estruturais de adaptação do campo religioso, inclusive e principalmente para o ciberespaço, se dão pela busca de sobrevivência e ferramenta de expansão.

Com a quarentena inesperada e imediata no país e no mundo, a igreja mundial precisou se adaptar à nova realidade, nunca antes incentivada, pelo menos para a maioria, de não ter os fiéis presentes dentro dos templos. Nem todas estavam acostumadas a este tipo de atividade e precisaram se remodelar em meio à crise e dificuldade, por uma questão de sobrevivência para a não desintegração do chamado “corpo de Cristo”⁸, a comunidade, os membros que constituem o chamado corpo, através da comunhão. Foi necessário achar um caminho de volta.

Observando brevemente e formulando um panorama geral prévio, pode-se constatar que as igrejas maiores se adaptaram com mais rapidez e facilidade à mudança, pois, com mais membros, já necessitavam de uma comunicação eficaz para sustentar o bom funcionamento da instituição.

⁸ Expressão comumente utilizada pelos praticantes do cristianismo, incluindo os do meio evangélico brasileiro. É assim chamado devido a conceitos bíblicos, como o apresentado no livro de 1Coríntios, capítulo 12, versículo 27: “Ora, vós sois corpo de Cristo; e, individualmente, membros desse corpo” (versão Almeida Revista e Atualizada).

Estas são as que já usufruíram dos veículos de comunicação como braços auxiliares e já trabalhavam para fortalecer esta área.

Hoje, com o advento da internet, principalmente das redes sociais, pequenas igrejas no Brasil também já entendem a importância do uso da comunicação virtual, mesmo que, na maioria, não seja tratada, ainda, de forma séria, com a consciência de que é preciso ter ao menos um comunicador na equipe, pelo menos para aquelas que têm equipes, já que algumas igrejas têm apenas alguns pouquíssimos membros e condições financeiras extremamente deficitárias.

No caso das igrejas pelo mundo, a australiana Hillsong Church, com sede no Brasil, em São Paulo, se adaptou rapidamente ao novo cenário, orientando os membros a ficarem em casa, com transmissões em cada país.

No Brasil, outras grandes denominações não ficaram para trás. A maior igreja batista do país, a Batista da Lagoinha (IBL), com matriz em Belo Horizonte (MG), que conta com mais de 10 mil membros, apenas em sua matriz, é, de mesmo modo, a pioneira em comunicação digital no Brasil.

A igreja tem mais de 500 congregações espalhadas pelo Brasil e exterior. Ao todo, a denominação tem mais de 92 mil membros⁹. Sendo assim, se faz necessário uso da tecnologia para manter a organização, pastoreamento, acompanhamento dos membros, gestão e expansão da igreja. A jornalista Elis Amâncio, membro da igreja e, na época, ainda sem a formação acadêmica, foi membro da equipe de comunicação que alavancou a presença virtual da Lagoinha no país, identificando as necessidades comunicacionais da denominação e buscando saná-las, adaptando o Sagrado ao espaço da Web como reforço ao serviço presencial da congregação. O avanço digital da igreja avançou tanto que, hoje, há diversos trabalhos acadêmicos no campo da comunicação sobre a presença da IBL na internet.

⁹ Fonte: site Igreja Batista da Lagoinha

2.2. A MUDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO

Fazer uso da comunicação é necessário para qualquer grupo de pessoas, instituição, organização, empresa etc. E os modos de comunicar não são importantes por si só, mas por se engendram aos processos sociais, fazendo parte deles e os modificando a ponto de não podermos separá-los e, por vezes, os confundirmos. Dessarte, entendemos que a midiatização não é só um processo mas, também, faz parte de processos ainda maiores do que as formas de comunicação estabelecidas, como explica Braga (2006). Como será observado ao longo desta, a presença da midiatização no mundo, cada vez mais, reconfigura as práticas religiosas (entre outras), permitindo encarar o cenário da religião como âmbito social “micro” da midiatização.

Na perspectiva dos estudos da religião Sbardelotto (2011) esclarece que fazer uso da comunicação é algo que nasceu junto do cristianismo, visto que, nos evangelhos de Jesus, o Messias já ordenava que os discípulos se espalhassem pelo mundo disseminando seus ensinamentos. Assim, cumprir a vontade e ordenança de Jesus se tornou um ato diretamente dependente da comunicação. Pois, depois que um indivíduo é salvo, sua maior tarefa é a de levar a salvação a outros, o que só pode acontecer fazendo uso da comunicação, seja ela oral, escrita... ou, hoje, inclusive virtual.

Regiani e Borelli (2018) defendem o estudo e abordagem do uso da mídia pela religião, ou natureza midiática da religião, pois,

[...] a religião é uma das manifestações culturais em que se mostra de forma mais evidente a capacidade humana de criação de símbolos, formas de interação e dispositivos para construção e disseminação de sentidos. A interface entre mídia e religião tem se mostrado rica e instigante como objeto de estudo, haja vista a profusão de pesquisas na Sociologia, Antropologia e nas Ciências da Religião (id., p. 2).

Deste modo, hoje, a religião, amplo espaço de interação e mutação, e a mídia, campo de estudo da comunicação, já não são áreas divergentes, mas convergentes, e precisam de aprofundamento e desenvolvimento dos estudos acerca deste entrelaçamento contínuo e irrevogável.

2.2.1. O uso da mídia pela religião

Com o passar dos anos, as organizações foram percebendo a necessidade de uma eficaz comunicação interna para um funcionamento mais organizado e uma boa comunicação externa para maior alcance do público alvo, tendo em vista o uso competitivo da mesma entre instituições, para conseguir espaço e visualização pelos públicos. Os grupos religiosos, sejam igrejas, movimentos, centros, dentre outros, são incluídos nessa evolução da tecnologia em busca de uma boa comunicação, em menor ou maior grau, utilizando de mais ou menos veículos e instrumentos.

Para Borelli e Severo (2010, p. 39), “[...] a religião não se faz mais só de forma direta, no interior dos templos, mas por meio de complexos processos midiáticos que se materializam por meio de estratégias técnicas e simbólicas dos distintos dispositivos”.

Desta forma, ao perceber os benefícios das mídias digitais, cada vez mais organizações religiosas aderem ao ambiente virtual como extensão de suas práticas.

A religião também passa a existir nessa nova cultura, tentando, aos poucos, remodelar suas estruturas para as novas processualidades midiáticas, reconstruindo e ressignificando práticas religiosas tradicionais de acordo com os protocolos da internet. Ou seja, em uma sociedade em midiatização, o religioso já não pode ser explicado nem entendido sem se levar em conta o papel das mídias. Por isso é relevante analisar que religião nasce da mídia, e, por outro lado, perceber o que a religião em uma sociedade em midiatização revela acerca da mídia (SBARDELOTTO, 2011. p. 5, 6).

Com isso, todo cenário da religião é modificado, pois, midiatizada e virtual, as barreiras, benefícios e adaptações geram uma nova religião.

[...] a Igreja se faz presente na internet como um complexo dispositivo para a sua evangelização, para a construção de sentido religioso em contato com o fiel. Esse contato passa pelo *discurso*, pela *narração da fé*, pela *Palavra* e pelo *Verbo*: sem a mediação da linguagem textual - desde o comando computacional mais básico até a formulação teológica mais elevada -, o intercâmbio entre fiel e sistema ficaria impossibilitado (SBARDELOTTO, 2011. p. 21).

O autor afirma que o que mais importa neste processo todo não é a mediação em si, mas, o *ambiente* formado nas práticas, no momento em que a mediação faz surgir novos meios, modos, produtos, serviços e contratos e, com isso, afeta e modifica ações e percepções dos sujeitos diante da Igreja, dele mesmo e do sagrado. O fiel e as instituições, que, antes, embora comunicacionais eram offline e, hoje, estão inseridas na mediação e, com ela, no universo online e sua conexão e imbricamento com o off, precisam se adaptar. Conforme explica o autor, é “onde se dão os processos sociais contemporâneos. Ou seja, os fenômenos sociais passam a se constituir, a depender e a sobreviver a partir da lógica da mídia (em um nível extremo, sem a mídia, deixariam de existir)” (id., p. 13), o que, em 2020, com o isolamento físico, se tornou realidade ainda mais notória.

Sbardelotto (id.) encara o conteúdo religioso ofertado através da internet como um tipo diferente de qualquer outro, pois para além das formas de interação comuns que os usuários possam ter na internet, nesta modalidade há uma **vivência de fé** (grifo meu), como define, remodelando de forma drástica tradições de uma grande parcela da sociedade.

Neste meio, barreiras se apresentam à Igreja e ao fiel, tais como o conhecimento acerca do uso da tecnologia, as disputas discursivas vindas de todos os agentes e do próprio sistema, a estruturação por parte da instituição, a percepção e sensação de ser um sujeito ativo por parte do público, entre outros desafios de adaptação.

[...] manifestam-se também as disputas de poder discursivo, pois, da mesma forma que a Igreja, detentora de certo discurso, busca fazer uso do discurso comunicacional, o fiel, ao fazer uso da internet e dos rituais online, também é produtor de um discurso que, porém, se dá por meio de um controle, de uma seleção, de uma organização e de uma redistribuição que não lhe pertencem (SBARDELOTTO, id., p. 31).

Além da comunicação que ocorre entre a Igreja e o fiel, no ambiente virtual, “a internet também “fala” a ambos, quando determina seus limites e possibilidades de produção discursiva” (SBARDELOTTO, id., p. 30).

Assim, pode-se entender que a internet se torna, além de um meio de comunicação, mais um “sujeito” na relação entre fiel e Igreja, que engloba os sujeitos fé e Deus. Desta forma, a internet fala ao fiel, disputa espaços, media, facilita e dificulta a relação primária. “Atualmente, os

dispositivos são os principais mecanismos de geração e de criação de símbolos para a religião” (BORELLI, 2010b. p. 2).

Desde o advento da internet no Brasil e na conseqüente entrada da religião nesta, já houve mudanças que, hoje, só são reforçadas e ainda mais irrevogáveis. Borelli (id.) ressalta a complexidade de tal mudança visto que a mesma não implica, apenas, em mudanças de localização (do ambiente territorial para o virtual), mas, também, de comportamento, operação, perspectivas, dentre outros aspectos.

Portanto, não basta que os pastores, por exemplo, saibam manusear e serem sujeitos, indivíduos presentes na mídia, mas é necessário ser autor, protagonista, ser “organizador” das práticas religiosas tanto quanto nos templos, ou, pelo menos, de maneira parecida. Para a estudiosa, “[...] os antigos vínculos do laço social e das comunidades tradicionais não podem servir de parâmetro ou régua para analisar o que ocorre no ambiente digital, marcado por novos protocolos e processualidades” (BORELLI, 2010b. p. 50).

Acerca desta comunidade que teve e, individualmente, geralmente tem início no espaço físico/territorial, é importante observar que, tanto online quanto offline ou híbrido, as comunidades evangélicas protestantes, assim como quaisquer outras, continuam sendo comunidades, com a mesma essência, geralmente, mas adaptadas ao espaço/tempo.

Acerca disto, Kozinets (2014), autor pelo qual este trabalho se guia metodologicamente, ratifica que “[...] o termo comunidade parece adequado se for usado em seu sentido mais fundamental para referir-se a um grupo de pessoas que compartilham de interação social, laços sociais e um formato, localização ou “espaço” internacional comum, ainda que, nesse caso, um “ciberespaço”” (p. 17). Para além disso, “em muitos casos, o pesquisador está interessado nesse estudo da comunidade online porque as comunicações do grupo informam e se relacionam ao fenômeno social mais amplo, seus comportamentos, seus participantes, seus valores ou crenças” (KOZINETTS, 2014. p. 65-66), o que demonstra as principais características destes grupos tanto quanto presencialmente e, contudo, de forma mais acessível no diz respeito a barreiras territoriais e temporais.

Neste caso, em específico, mas, ainda, em muitos outros tipos de comunidades online, sua formação se dá devido a necessidade de ampliar o espaço e facilitar a comunicação antes somente física, chamada por Kozinets (id.) de “face a face”. Corroborando, desta maneira, com o fator de adaptação do campo social igreja, o autor afirma que, embora sejam alteradas as formas de comunicação, interação e, até mesmo as ações, além da provável expansão dos grupos quando inseridos no ambiente virtual, os grupos continuam sendo os mesmos enquanto agentes sociais, pois continuam havendo pessoas nas extremidades destes meios, destas mídias. E, com o passar do tempo e a adequação, os agentes dos grupos passam a melhor compreender este fator, deixando o receio da preponderância do ambiente virtual sobre as práticas, mas, sim, mais um ambiente de convívio e pertencimento:

“Os campos sociais nos quais interagimos são muito concretos. As pessoas na outra extremidade de um website de rede social ou em mundos virtuais não são menos reais do que as pessoas com as quais falamos no telefone [...]. É verdade que a comunicação textual omite muitos aspectos da comunicação pessoal [...]. Contudo, ela pode incluir outras importantes expressões simbólicas impossíveis de transmitir por meio do corpo” (KOZINETS, 2014. p. 124).

Ainda sobre o hibridismo dessas e outras comunidades,

“Embora essas formas (onde a comunicação online ocorre) (e as outras) ainda existam como tipos separados, uma das tendências na internet e na interação online em geral é que elas estão cada vez mais se confundindo umas com as outras. Os websites de redes sociais são um excelente exemplo de uma forma híbrida que combina página da rede, correio eletrônico particular, (micro)blog, fóruns e acesso a sala de bate-papo” (KOZINETS, 2014. p. 85).

Kozinets (id.) identifica que há “quatro diferenças fundamentais entre interação social online e face a face: *adaptação* a vários meios etnológicos; participação em condições opcionais de *anonimato*; *acessibilidade* cultural amplamente maior; e *arquivamento* automático dos intercâmbios” (p. 72-73). Portanto, aqui já nos deparamos com as possibilidades do uso simplista e do uso aprofundado e bem aproveitado dos meios de comunicação digitais, sendo estes importantes aspectos a serem observados e classificados pela pesquisa. Mas é claro que é difícil, para o campo da Comunicação, abordar um objeto (comunidade) tantas vezes controverso em discursos, amplo (devido à abrangência do próprio país, no caso do Brasil), difuso e ramificado em denominações e posições.

Folquening aborda esta contradição do uso da mídia pela mesma Igreja que, por diversas vezes, a condena, ou condenou, e a culpa por “erros” da sociedade. “No que se refere especificamente à religião cristã, a literatura aponta para uma tensão especial na interface com fenômenos descritos como próprios da modernidade, entre eles a mídia” (FOLQUENING,2009. p. 3). Porém, não se pode esquecer do fato de a maioria dos artigos científicos publicados, ainda hoje, serem em tom de julgamento e condenação às igrejas, seja pelos mais diversos temas e aspectos, no campo da Comunicação, como as abordagens (que são a maioria) das igrejas neopentecostais, como Folquening mesmo exemplifica. O autor incentiva a aprimoração e expansão dos estudos da religião pela Comunicação, inclusive como desenvolvimento necessário à própria área, jovem e ainda dependente de outros campos teóricos.

2.2.2. O fiel midiaticado

Além das significativas mudanças da internet na relação humana já aqui abordadas, outro tipo de relação também é afetada. Sbardelotto (2011) chama o tipo de consumo e interação dos fiéis com o conteúdo religioso de rituais online. Sendo esta interação com Deus diferente de qualquer outra, seja ela interpessoal, intrapessoal ou grupal, que a internet possa oferecer, mas, para além destas, uma relação transpessoal.

Ainda considerando o trabalho de Sbardelotto (id.), o autor identifica a presença de três atores interagindo pelos canais comunicacionais religiosos, o *fiel* (público), um *outro* (instituição) e um *Outro* (Deus). Com isto, “por meio desses fluxos interacionais, o fiel é chamado pelo sistema a *coconstruir* o religioso em seu interior, discursivamente” (SBARDELOTTO, 2011. p. 32). Deste modo, não só os contratos entre fiel e igreja são continuados, mas, da mesma forma, a relação do fiel com o sagrado, mesmo que o fiel não se exponha abertamente ao ambiente virtual da Igreja, não interagindo tanto com ele. Inclusive, esta relação entre fiel e Deus pode ser facilitada pelos conteúdos e trabalho desenvolvido pela Igreja no ambiente virtual, sem ao menos o fiel ser membro daquela igreja e sem ter tal intenção. “Percebe-se a relação um/um que esses sistemas oferecem, em que o fiel, na sua individualidade, na sua privacidade, encontra, por meio da internet, um meio para se colocar diante de Deus como indivíduo” (SBARDELOTTO, 2011. p. 33).

Para Folquening (2009), a nova forma de ser do fiel/indivíduo é ainda mais importante do que o uso e a operacionalidade das ferramentas de tecnologia pelas instituições. Mais do que uma nova forma de estar presente no mundo para a igreja, conforme o autor, esta atualização da religiosidade diz respeito aos indivíduos que a constituem e a modificam, mesmo que não propositalmente, ao realizarem as práticas religiosas e manterem contato com a Igreja e com o Sagrado através de seus aparatos tecnológicos próprios e com maior ou menor graus de autonomia e poder.

Estabelece-se um novo regime de hierarquia, em que o fiel recebe do sistema uma corresponsabilidade pela sua fé, podendo exercer a sua proatividade nos rituais da Igreja, sem perceber, no entanto, os níveis de mediação e regularidade impostos pelo sistema (FOLQUENING, id., p. 48).

No que diz respeito às mudanças das práticas e contratos religiosos durante a pandemia da Covid-19 em 2020, Sbardelotto já observava, há quase uma década, a religião fortemente vinculada aos meios de comunicação como alternativa de culto à distância, adaptando e transformando a produção de sentidos e a forma de praticar a religião para que quem não pudesse estar no templo no momento da cerimônia pudesse vivê-la e manter as práticas religiosas:

[...] ofertas de sentido religioso por meio das quais o fiel, onde quer que esteja, quando quer que seja [...], desenvolve assim um novo vínculo com a Igreja e o transcendental, e um novo ambiente de culto. Diante da tela do computador, entre bits e pixels, o fiel opera a construção de novas formas de louvor a Deus (SBARDELOTTO, 2011, p. 6, 7).

Já neste momento, no ano de 2011, no Brasil, o fiel podia continuar sendo fiel e praticando a religião mesmo que não pudesse ir à igreja e, essencialmente, estando em casa.

Em Sbardelotto (id.) o autor traz um caso que nos chama atenção pela semelhança com os dias de hoje. Em um relato, um homem comenta em um site, para o padre, perguntando se a hóstia que ele e os pais consagrados são tão válidos quanto a hóstia que o padre mostra pela televisão. O jovem também explica outros elementos da missa que ele e os pais adaptaram para casa e afirma que não falta fé à família ao exercerem tais atos. Sbardelotto explica que o caso exemplifica a troca de papéis entre fiel e intermediador (líder, pastor, ministro) e o sagrado, mudando, assim, até mesmo a concepção e compreensão do ato sagrado. O autor, além disto, destaca que esta mudança se deve às intermediações agora comunicacionais e tecnológicas, que revolucionam tradições nunca antes mutáveis.

A esta nova forma de prática religiosa, em um novo meio, a internet, e com papéis remodelados dos agentes, Sbardelotto denomina *midiateofania*. “Assim, não é apenas uma questão de suporte tecnológico, de mídias, stricto sensu, mas sim de mediação: a ação de construção de sentido social a partir da – mas para além da – comunicação midiática” (SBARDELOTTO, id., p. 12). As reformulações da religião à internet ultrapassam, desta forma, o mero uso técnico do meio.

Ainda no que diz respeito aos indivíduos, à comunidade pertencente à determinada igreja, é exigida uma adaptação do que, antes, era feito apenas em ambiente físico. “[...] o fiel coloca-se em meio a uma encruzilhada de “discursos” que lhe falam: principalmente o da própria internet em si e de seus protocolos, e depois o das estruturas eclesiais” (SBARDELOTTO, id., p. 30).

Ter um aparelho e acesso à internet, habilidades, adaptações, tomada de parte do controle do culto e reformulação de seu papel são algumas das exigências impostas pela tecnologia ao fiel.

Para vivenciar essa experiência religiosa online, exigem-se do indivíduo novas percepções de leitura e de reconhecimento dessa realidade, pois ela se apresenta em um novo ambiente, deslocado de seu espaço tradicional, a igreja, o templo. O internauta, confiante na promessa desses espaços religiosos online, espera poder encontrar a mesma experiência do transcendente por meios dos bits e pixels da tela do computador (SBARDELOTTO, 2011. p. 17).

Ainda nesta perspectiva, o autor aborda outra modificação importante ao questionar-nos quais são os prejuízos e mais mudanças desta fé **compactada**, no momento em que vai para a Web, e **decodificada**, em última etapa, pelo próprio fiel (grifos meus).

O autor continua explicando que “o homem e o sagrado [...] passam, assim, a se projetar em um ambiente em que tende a ser reduzido à informação [...] Os sujeitos dessa nova realidade, segundo o autor poderiam se tornar cada vez mais instáveis, fluidos, múltiplos, difusos e abertos” (SBARDELOTTO, 2011. p. 18. Apud Rüdger, 2002).

Com tais mudanças, o indivíduo passa a ter maior controle sob sua forma de exercer a religião e seu contato com a Igreja e com o sagrado. Com a proatividade, esta saída da inércia do autor exigida pela tecnologia, todas as alternativas escolhidas pelo fiel, desde a rede social pela qual vai assistir a um culto a qual denominação escolher para fazê-lo torna este sujeito, antes secundário nos processos, mais dirigente de suas práticas, como Sbardelotto (id.) mesmo explica.

Desta maneira, os papéis dos atores são invertidos e a adaptação é necessária de ambos os lados, com paciência e compreensão. A partir desta coautoria do fiel

ocorre um deslocamento, assim, da *autoridade* da Igreja sobre a vida de fé do fiel. Quando a Igreja, por meio do sistema, passa a permitir que o fiel organize sua vivência religiosa (seus tempos, suas regularidades), concedendo-lhe o “poder” de organizar sua vida espiritual e sua fé de acordo com suas próprias escolhas, selecionando o que faz parte e o que não lhe interessa, há uma nova cláusula no contrato do vínculo entre esses dois âmbitos da forma como era vivido anteriormente (SBARDELOTTO, 2011. p. 48).

Sob uma perspectiva do momento de pandemia, outro desafio drástico que se apresenta tanto às instituições quanto ao público é a diferença de idade destes fiéis e adaptação de cada um a estas novas práticas. Aquilo que o jovem já está acostumado a fazer precisa ser aprendido pelo idoso. No caso de algumas igrejas, os idosos, assim como os demais membros pertencentes ao grupo de risco do vírus em questão, foram orientados a permanecerem em casa, como resguardo. Dessarte, grandes desafios se apresentam.

Com este isolamento físico decorrente da pandemia, não só o fiel e a igreja são obrigados a rever quem detém o poder de suas práticas, mas, também, o fiel percebe que as possibilidades de denominações disponíveis na rede são, por assim dizer, ilimitadas, como já podia ser observado antes e, atualmente, ainda mais claramente:

a prática religiosa tem mudado suas estratégias de visibilização e de legitimação de seus discursos em função de diversos fatores, como (entre outros), a ampla oferta de credos e a concorrência acirrada com as demais denominações religiosas e a necessidade de permanência juntos aos seus fiéis muito para além do espaço e do templo [...] (BORELLI, 2010b. p. 13).

No ambiente virtual, as possibilidades de praticar a religião se expandem infindavelmente, exigindo disciplina, organização e autonomia. Sbardelotto (2011) ressalta as possibilidades múltiplas de quem participará de um rito, em inúmeras possibilidades de locais, situações, horários e formas de reagir ao que é proposto, com mais interação ou passividade, aumentando o controle do fiel sobre a prática religiosa e, deste modo, alterando a própria prática.

2.3. O RELACIONAMENTO PELAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Estabelecer um relacionamento com seu público é indispensável para as organizações, tendo em vista o pleno funcionamento da instituição.

Conforme Lévy (1999, p. 35) a transmissão de informações digitais é muito mais rápida se em rede ou on-line, do que feita por quaisquer outras vias de comunicação. Por exemplo, se fosse utilizado o meio de comunicação carta, as discussões seriam muito mais lentas, atrasando todos os processos que dependem de decisões e mudanças coletivas. Já com o ambiente online, é possível até mesmo a realização de reuniões virtuais, onde todos os membros conectados podem conversar e enxergar uns aos outros simultaneamente.

Além disso, para conquistar novos públicos, tendo em vista o aumento exponencial do público jovem destas organizações em questão, o uso das redes sociais se faz indispensável, visto que são ambientes onde a maioria dos jovens brasileiros estão e onde se pode adotar facilmente uma linguagem apropriada ao público. Ainda de acordo com Lévy (1999), “a cada minuto que passa, novas pessoas passam a acessar a Internet, novos computadores são interconectados, novas informações são injetadas na rede. Quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna “universal” [...]” (p. 113).

As redes sociais permitem que a religião adapte sua linguagem e sua forma de comunicar, facilitando esse relacionamento e atingindo os públicos de interesse. De acordo com Borelli (2010a), os dispositivos não são apenas máquinas, mas, com suas possibilidades, perpassam a sociedade, interligam grupos, conectam pessoas, fundem ideias, amplificam e modificam grupos e práticas. “produz um conjunto de simbólicas, instituindo novos conceitos e contratos discursivos entre os campos e os sujeitos” (BORELLI, 2010a. p. 20).

Para além de mera continuação da comunicação, a midiatização já é intrínseca ao dia a dia e, conseqüentemente, à vida dos que da comunicação fazem uso, principalmente em locais já desenvolvidos tecnológica e economicamente, por isso, segundo Sbardelotto (2011) estas mediações entre sujeitos e mundo reconfiguram ambos de forma que, sem a midiatização, não poderia ocorrer.

Para Ferreira e Borelli (2010), “a midiatização gradual da sociedade é uma consequência de diversas alterações nos processos sociais [...] (que) além de alterar os conceitos do tempo e espaço, modificam o processo de sociabilidade e por isso, merecem um olhar diferenciado da ciência sobre o assunto” (p. 428-429).

Sendo a religião e a mídia “concorrentes” da atenção e protagonismo nas vidas dos indivíduos, é inevitável e até perigoso as religiões não se adaptarem à mídiatização, aliando-se à ela, fazendo bom uso e, para isso, aprendendo a utilizá-la em seu favor, ao invés de ir contra ela, como era visto antes e, hoje, com a atual situação da pandemia, um pouco menos observado. “[...] a tecnologia não é uma “escrava” a serviço do homem, mas ela mesma é também “teleonômica”, ou seja, imprime significados, e o homem se modifica, e os seus predicados se transformam em várias direções” (FERREIRA E BORELLI, id., p. 16). Com isso, as organizações que melhor se ajustam e fazem uso da internet são as que conquistam espaço e visibilidade através do engajamento alcançado.

2.4 A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA O AMBIENTE DIGITAL

A produção de conteúdo para o ambiente digital é específica e quase que em massa, pois os conteúdos precisam ser distribuídos em diferentes formatos para cada rede social e em diferentes linguagens para o público de cada rede.

Na pesquisa em Comunicação, no campo das redes sociais, pode-se analisar, primeiramente, os aspectos básicos para uma troca informacional eficaz, que levam à uma comunicação coesa. Estes aspectos são os seguintes, conforme Henriques (2005, p. 11): “unidade visual e gráfica; coesão do discurso projetado para os públicos, mesmo que transposto para linguagens diferentes; coerência entre o discurso e as ações efetivamente realizadas; complementaridade dos instrumentos e veículos, para que se reforcem mutuamente”.

Amâncio (2016) reconhece e destaca o erro frequente de modos de estar presente no ambiente digital trabalhando sem preparo e atenção suficientes, como a produção de conteúdos iguais para diferentes plataformas, como ela exemplifica.

Além disso, as publicações têm “prazo de validade”, o que faz com que as mesmas informações necessitem ser ditas de diferentes formas.

Neste sentido, Borelli (2010a) continua explicando que o discurso religioso não pode ser diretamente e totalmente compartilhado no ambiente virtual, pois práticas dos ritos espirituais e as

da internet, impostas pela tecnologia com o avanço da sociedade na mesma, não se completam, mas, diversas vezes, se chocam e precisam ser adaptadas uma a outra.

Além das redes sociais, o meio digital conta com ferramentas como o e-mail, mais pessoal e com mensagens mais densas e detalhadas, geralmente voltadas para o público interno da instituição, o que não impede que o e-mail também seja utilizado para enviar mensagens para o público de interesse, a lista de leads -termo utilizado pelo marketing digital-.

O ambiente digital não requer somente produção de conteúdo com base nas metas e realizações da instituição, mas, para gerar um relacionamento, ele precisa da troca com os públicos, respondendo às mensagens em tempo hábil, sejam elogios, reclamações ou dúvidas, atendendo aos pedidos do público e levando isso a público e gerando engajamento através, bem como, da interação.

Cada veículo de mídia e cada plataforma do ambiente digital exige diferentes tipos de comunicação, especificidades nos modelos de publicação, frequência, linguagem, formato, duração, entre tantos outros. Isso significa que, além do aprendizado para o convívio virtual, é preciso se adaptar e qualificar para cada ambiente virtual de inserção explorado. No caso das redes sociais digitais analisadas, o FaceBook é um local de maior interação, descontração, acessibilidade, que exige publicações menos primorosas, mas de mais fácil compreensão e maior chamamento a interação (o chamado *call to action*, na área de Marketing Digital). Já o YouTube não permite edições nos vídeos publicados. Enquanto os produtos audiovisuais têm maior aceitação de maior tempo de transmissão, exige, igualmente, aperfeiçoamento técnico, principalmente de requisitos básicos como captação e reprodução de áudio e vídeo¹⁰. Ambas as plataformas são bastante difundidas no Brasil, de amplo acesso e fácil navegação. Porém, hoje, o Facebook é mais popularizado, sendo um importante canal de comunicação para todas as classes da população brasileira.

¹⁰ Vídeo em sua definição mais elementar de “imagem em movimento”.

3. METODOLOGIA

Na trajetória desta pesquisa, buscou-se encontrar formas de expressar, mesmo que minimamente, o máximo possível de características em comum de redes de interação virtual do segmento religioso cristão protestante. Assim, diversas denominações cristãs, ministérios, igrejas e representantes do segmento na internet foram buscados e verificados (como já abordado na introdução deste trabalho). Veículos de comunicação digitais grandes e pequenos de diversos tipos de agentes e de diferentes locais foram analisados e levados em consideração antes de uma tomada de decisão, de uma igreja local, de porte médio - grande, se considerada apenas a cidade-, com processo de migração de diversos âmbitos para o ambiente digital - semelhante a muitas outras no país -.

Hoje, a IBNsm utiliza uma rede social, o Facebook (@IBNsma), com 2.142 seguidores, sendo este o veículo de maior alcance da denominação, e mais dois canais virtuais, que são um site (ibnsm.com) e um canal no YouTube (/IBNsm), com 708 inscritos. Buscou-se examinar, neste trabalho, o Facebook da denominação devido, sobretudo, ao volume maior do grupo, mas, também, às maiores possibilidades de interação do público com a igreja, bem como o desempenho da mesma em ser presente em tal veículo.

O estudo, além de mostrar esta adaptação da comunicação, sobretudo online, antes e depois da pandemia, bem como a postura dos representantes religiosos e fiéis frente ao vírus, quer captar uma real mudança de funcionamento em função das medidas de prevenção à doença impostas por leis, visto que não se pretende avaliar a tomada de decisão por adotar padrões mais ou menos rigorosos, mas de como fizeram para administrar as inevitáveis mudanças, se tratando, principalmente, da maneira de adaptação das formas de comunicação com o público.

3.1. DA NATUREZA DA PESQUISA

Esta pesquisa é de natureza empírica e abordagem qualitativa, cuja técnica de investigação desenvolvida é a netnografia a partir de um estudo de caso singular. O universo da pesquisa remete às instituições protestantes do Brasil, delimitando o objeto ao perfil do Facebook e canal do YouTube da Igreja Batista Nacional de Santa Maria, situada em Santa Maria (RS), em um espaço

de tempo de compreende o ano de 2020, com recortes. Estes fragmentos captados foram selecionados de acordo com o momento de veiculação de cada um, no início da pandemia, em março de 2020, na metade do período de pesquisa, no mês de junho, e em setembro, com exatos três meses de diferença entre veiculações.

A pesquisa qualitativa foi escolhida por seu caráter sensível e meticuloso que contempla o tangível e o intangível, visto que a comunicação é uma área que valoriza e utiliza deste último. Isaac Epstein destaca que este tipo de estudo, por mais impreciso que pareça, é subsidiado por um quadro teórico.

Cabe ao pesquisador prestar atenção no maior número possível de elementos que estão presentes na situação estudada. A preocupação com o processo é muito maior do que com o produto. [...] No estudo qualitativo, a análise de dados segue um processo indutivo (DENCKER E VIÁ, 2001. p. 186).

Dado o caráter qualitativo e de observação e necessidade de participação com um olhar para e de dentro de uma comunidade constituída por pessoas, em interação e culturalmente ligadas, encontrou-se na etnografia, metodologia amplamente utilizada na área da Comunicação, a melhor forma de conduzir a presente pesquisa.

Conforme Mateus (2015), o Método Etnográfico em Comunicação consiste em uma análise de todos os pontos de uma relação comunicacional (emissor, mensagem, receptor) feita por um pesquisador a partir de observação participativa, em que o autor está dentro do campo do objeto examinado, acompanhando o processo de interação entre sujeitos o mais de perto possível, pois, só assim, conseguirá identificar as nuances que tornam o processo comunicacional tal como é. Kozinets (2014) também fala sobre a primordial “abordagem participativa”, necessária ao netnógrafo.

Mas, apesar de analisar todos os aspectos presentes no contexto, “[...] particularmente a abordagem etnográfica da comunicação, centra-se, não tanto no conteúdo, quanto no contexto, não tanto na informação quanto nos processos de formação da significação.” (MATEUS, 2015. p. 84). Desta forma, o estudioso busca compreender os processos, da emissão aos efeitos e resultados finais, para, assim, identificar as estratégias (modos de linguagem, cronologia, etc) e costumes das

organizações, no caso da comunicação organizacional, estudada neste trabalho, e como se dá a recepção e interação do público.

Ainda conforme Mateus (2015), a pesquisa etnográfica deve ser minuciosa, detalhada, mais do que ampla, completa, e aberta a mudar conceitos e conclusões antecipadas. Logo, identificam-se características em comum e se pode melhor compreender como se concebem, e com quais objetivos, as formas de comunicar-se daquela “classe” de sujeitos/grupo.

Se a antropologia da comunicação introduz uma abordagem cultural do fenômeno comunicacional, à etnografia da comunicação corresponde o trabalho de análise empírica da prática comunicativa. Ele pretende descrever o processo de comunicação enquanto processo simbólico fundador das sociedades humanas (MATEUS, Samuel, 2015. p. 84.).

Dentro do contexto da etnografia, buscamos uma metodologia ainda mais específica e voltada ao mundo virtual, com suas peculiaridades e fluidez. A netnografia pode atender estas demandas, visto que Kozinets (2010) a define como “a nova metodologia de pesquisa qualitativa que adapta as técnicas de pesquisa etnográficas para o estudo das culturas e comunidades emergentes através das comunicações mediadas por computador” (Tradução nossa). Não deixando a etnografia de lado, a complementamos e, ao mesmo tempo, segmentamos. “Etnografia e netnografia devem trabalhar em harmonia para iluminar novas questões nas ciências sociais” (KOZINETS, 2014. p. 60). Buscamos, com a etnografia, “sua qualidade aberta bem como do rico conteúdo de seus resultados” (id, 2014. p. 61).

Uma etnografia virtual pode observar com detalhe as formas de experimentação do uso de uma tecnologia, se fortalecendo como método justamente por sua falta de receita, sendo um artefato e não um método protocolar, é uma metodologia inseparável do contexto onde se desenvolve, sendo considerada adaptativa (AMARAL, NATAL e VIANA, 2008. p. 37).

Com este modo aberto corrobora Braga (2008): “[...] é pouco provável que uma teoria, na área das ciências humanas e sociais, possa dar conta integralmente de todos os aspectos que se desdobram de casos específicos outros” (p. 82), o que agrega formas de estudo ao campo recente e em desenvolvimento que é a comunicação. “Entre os processos comunicacionais, seus objetivos, suas circunstâncias e seu contexto, há relações que, omitidas, impediriam a percepção clara do fenômeno” (id., p. 76). Desta forma, afirma o autor:

[...] forte consenso atual de que não é possível assumir abstratamente abordagens prévias e “fechadas”, a serem aplicadas a uma diversidade de pesquisas. Assim, diferentes pesquisas solicitam diferentes aproximações, conforme suas perguntas e objetos; e mesmo táticas metodológicas comprovadas e pertinentes devem ser ajustadas a características concretas do objeto e ao desenho específico da investigação. Mas isso não deve ser pretexto para “vale tudo”. Ao contrário, as exigências se ampliam (BRAGA, 2011. p. 2).

Não obstante, é de suma importância destacar e retomar sempre que necessário a dependência e respeito às normas de cada técnica metodológica utilizada, dando sentido à performance realizada no decorrer do percurso.

A rigor, não precisamos de “regras” e critérios metodológicos muito definidos para cada decisão a tomar – e dificilmente os teríamos à disposição. Isso não significa que se tomem decisões exclusivamente na singularidade da pesquisa, desconhecendo a experiência teórico-metodológica anterior. Conhecer essa experiência, geralmente via disciplinas e estudos metodológicos, deve justamente permitir o acionamento de decisões escoladas. Agindo dentro de um corpo reflexivo geral, teórico-metodológico [...]. Podemos complementá-lo – e tensioná-lo produtivamente [...]. E isso pode ser feito simplesmente relendo com frequência os textos parciais já escritos, refletindo criticamente sobre os passos já dados e revendo em continuidade nossas decisões, controlando cada uma das partes da pesquisa por sua articulação com as demais (BRAGA, 2011., p. 10).

O pesquisador está dentro do processo através de entrevistas e análise. Em suma, “[...] Sua (netnografia) abordagem é adaptada para estudar fóruns, grupos de notícias, blogs, redes sociais etc” (SILVA, 2015. p. 339).

Desta maneira, a sondagem de publicações, interação, emissão, recepção e circulação do Facebook e do YouTube analisados tem balizas claras para as quais o pesquisador se atentou. De acordo com Machado e Tomazetti (2015) há aspectos fundamentais a serem contemplados, que incluem todas as formas de comunicação possíveis, tais como “textos, fotografias, vídeos, imagens, musicalidades, sonoridades, movimentos, rotas e possíveis fluxos, experiências narrativas, falas, diálogos, debates, opiniões, entre outros” (p. 14).

Mesmo com ferramentas e parâmetros estipulados, através da netnografia é possível adaptar o processo às especificidades do objeto em questão. “Nessas pesquisas (no campo da comunicação), as apropriações das técnicas etnográficas, como observação participante, diário de campo e entrevistas, tornam-se funcionais e adaptáveis aos contextos e objetividades de cada recorte (MACHADO E TOMAZETTI, 2015. p. 2-3)”. Por conseguinte, a trajetória de pesquisa entende e atende às diversificadas lógicas e aspectos comunicacionais das redes sociais virtuais.

Os objetivos a serem percorridos na pesquisa, desde sua concepção, ao trabalho de campo, análise e demais processos, se baseia em fundamentos de Kozinets, evidenciados por Silva (2015): “[...] coerência, rigor, conhecimento, ancoramento, inovação, ressonância, verossimilhança, reflexividade, práxis e mistura” (p. 341).

Kozinets (2014) deixa claro que “a pesquisa não precisa ser conduzida exclusivamente como uma etnografia ou uma netnografia” (p. 62). e “Qualquer etnografia [...] é uma combinação de múltiplos métodos” (p. 61).

Em relação a estudos no campo da internet e demais TICs, Kozinets (2014) explica: “Os métodos que esses diversos campos têm usado para investigar esses tópicos ainda são um pouco incertos e estão em fluxo” (p. 11). Pode-se compreender que, tal como a comunicação, o virtual ainda começa a ser explorado. Mesmo com muitas teorias e estudos, o campo é vasto, ramificado, complexo e mútuo. Assim, as pesquisas se complementam e se aperfeiçoam constantemente.

3.2. CATEGORIAS DE ANÁLISE

O objeto desta pesquisa, a Igreja Batista Nacional de Santa Maria foi fundada em 1998. Em 2020, ela possui mais três congregações na cidade. A IBNsm faz parte da Convenção Batista Nacional (CBN).

Na internet, a igreja se apresenta de forma jovem e constantemente se percebe a busca de transmitir conhecimentos que associam a vida religiosa aos demais aspectos do ser humano, como um elo entre a vida terrena e o Sagrado. No site, a história e informações da denominação são contados de forma objetiva e sucinta, sem grande detalhamento.

Na análise, atentou-se para algumas características e processos comunicacionais do objeto em questão. Para isso, são seguidas as diretrizes orientadas por Kozinets (2014), com ênfase em alguns aspectos que correspondem melhor, por afinidade, com os objetivos desta.

Dentre as publicações da página, escolheu-se dar ênfase às transmissões ao vivo de cultos dominicais, atividade mais comum e padronizada do segmento. Por não haver transmissões do tipo

anteriormente nas mídias da igreja, optou-se por avaliar três publicações de distintos períodos da pandemia, no início, três e seis meses depois, sendo um dos mais importantes critérios da análise.

A primeira transmissão, que ocorreu em março, e a segunda e terceira com três meses de intervalo cada. Foi realizado um comparativo, tanto da produção e emissão, quanto da circulação e recepção nestes três momentos. Para isso, a estrutura do vídeo, forma como é veiculado, disposições técnicas e, principalmente, de conduta são explorados. Para análise da repercussão entre os fiéis, foram contemplados os comentários, bem como reações e compartilhamentos das publicações da página da IBNsm.

Conforme as informações repassadas pelo pastor líder da instituição, a congregação agilizou os cultos online desde antes do decreto municipal que proibia os encontros presenciais, e nenhum domingo não teve culto de uma ou mais formas.

Entre as adaptações da congregação à pandemia, estão os cultos transmitidos pelo YouTube e Facebook, a partir de 22 de março. Antes da pandemia, porém, apenas duas publicações foram veiculadas desde janeiro. A primeira publicação do período é um compartilhamento da página do Facebook da rede de jovens da congregação, denominada Identidade Jovem. Nele, é feito um convite para o público acompanhar a uma live, no YouTube da congregação, onde foram debatidos diferentes aspectos da pandemia no Brasil, com cinco convidados de diferentes Estados do país, trazendo suas considerações a partir dos diversificados pontos de vista.

Dito isto, entre os pontos observados estão, em linhas gerais, a linguagem utilizada pelos membros/seguidores da comunidade online analisada e, principalmente, a interação da instituição com os seguidores e entre eles mesmos.

Na pesquisa, foram coletados os dados, decodificados, realizadas anotações das impressões das publicações, dos discursos e formas de agir tanto da instituição quanto do público estudado. Após, também foram comparados, de acordo com os períodos, identificadas as expressões mais utilizadas, quais métodos de atrair o público, relações estabelecidas e modificações, ainda de acordo com Kozinets (2014).

O autor (id.) explica que há três tipos de dados a serem coletados e estudados: os arquivais, copiados diretamente, que devem ser filtrados devido ao volume, os dados extraídos, que são resultado da interação do pesquisador, e as notas de campo, anotações da investigação. Para salvamento, ele sugere salvar o “arquivo no computador” ou através de captura de tela. O mais importante nesta etapa do processo é guardar as amostras de conteúdo analisadas de forma simples, prática e segura, que não possa ser facilmente perdida ou excluída e que seja confiável.

Sendo assim, os dados arquivais, os mesmos a serem perscrutados em diferentes aspectos, foram selecionadas apenas três publicações, facilitando, isto posto, a organização e volume de dados. Afinal, a qualidade e sucesso do trabalho está diretamente ligada à organização dos dados no ato da coleta, ainda segundo Kozinets. Se encontrou a maneira simples de salvar todas as publicações selecionadas dentro do próprio Facebook e YouTube, de maneira particular, devido à impossibilidade de guardar um “arquivo em si”, em função do tipo de publicação. Porém, para não correremos o risco de ter uma publicação apagada pelo perfil emissor, de mesmo modo foram arquivadas todas as publicações através de captura de tela em movimento, para capturar os comentários de cada publicação. Embora este processo não seja uma forma completa de armazenar todo o processo interacional de comunicação, como comentários, tempos, etc, é uma opção prática e que já valida as observações e constatações feitas e descritas pela pesquisadora.

Para os dados extraídos, foram obtidas no trabalho entrevistas com integrantes da equipe de comunicação da IBNsm e com membros da igreja que interagiram nas publicações analisadas. Com a equipe de comunicação optou-se por entrevistas através da plataforma de videochamada Skype, por estas serem mais complexas e abrangentes. Já com os fiéis, a entrevista foi realizada por meio de questionário enviado e recebido através de e-mail pela maior praticidade e, até mesmo, clareza nas respostas.

Como em todas as entrevistas e pesquisas com levantamento de dados, a clareza na formulação da pergunta é importante. O retorno recebido por meio das primeiras respostas e sua pergunta podem ajudá-lo a revisar as perguntas posteriormente para maior clareza (a coerência nas perguntas não é tão importante nas entrevistas em profundidade quanto o é na pesquisa com levantamento) (KOZINETTS, 2014. p. 105).

Já as notas de campo foram registradas desde o início do processo, com ênfase na reflexão acerca das amostras de análise do objeto e das percepções da pesquisadora às respostas nas entrevistas através de videochamada.

As notas de campo também podem ser consideradas as anotações reflexão durante o trajeto.

A comparação foi realizada entre os comentários das publicações verificadas e conteúdos em si das transmissões, além da análise das respostas das entrevistas obtidas. “A netnografia envolve uma abordagem indutiva da análise de dados qualitativos. Análise significa o exame detalhado de um todo, decompondo-o em suas partes constituintes e comparando-as de diversas formas” (id., p. 114).

Estudada a comunidade em linhas gerais, definidos os parâmetros básicos para o trajeto da pesquisa e armazenados os dados, é o momento de responder a algumas perguntas, como os temas mais abordados pelo grupo, conflitos, características, como dados, propensões, afinidades, etc, linguagem, prioridades e práticas.

Além de seguir os padrões e normas metodológicas é importante, de mesmo modo, já na observação do objeto, unir contextos, ao invés de separá-los e interpretá-los de forma individual e, assim, irresponsável, e sempre buscar um sentido e uma conexão entre as diferentes mensagens dos distintos emissores da comunidade estudada. Afinal, “[...] cabe ao netnógrafo se esforçar para compreender as pessoas representadas nessas interações a partir do contexto comunal e cultural online em que elas se inscrevem, em vez de coletar essas informações de um modo que destituísse o contexto [...]” (id., p. 93). Para isso, se capturou um período de seis meses, diferentes situações, indivíduos, discursos e frentes, alcançando a pluralidade possível de discursos.

Kozinets (id.) atenta, ainda, para a importância de prestar atenção a “qualquer tipo de expressão que seja relevante para os membros da comunidade” (p. 102). Estas não devem ser deixadas de lado. “Trate os dados online como um ato social. Procure compreender o significado desses atos no contexto de seus mundos sociais adequados” (id., p. 126). À vista disso, foram identificadas as expressões características da comunidade, que são comuns e já vistas em outras comunidades evangélicas online ou não.

Para Kozinets (2014), uma das principais características que distinguem e oferecem relevância à netnografia é justamente esta interação e pessoalização do pesquisador junto à comunidade estudada, visto que, caso contrário, a pesquisa poderia ser denominada simplesmente

como análise de conteúdo, “Sem *insight* etnográfico, a netnografia torna-se basicamente um exercício de codificação” (id., p. 75).

Isto posto, a netnografia é uma metodologia que incita a ação e exercício de reflexão e intervenção do pesquisador. Kozinets (id), também dá instruções de como proceder enquanto sujeito no grupo: “O que é importante em sua investigação netnográfica é que você experimente interação social online da forma como seus participantes a estão experimentando” (p. 85). Com isso, o autor orienta a seguir os caminhos percorridos pelos participantes do grupo, como tipos de interação que levam a outros, tal como um comentário público que leve a uma sala de bate-papo particular. No caso da presente pesquisa, a trajetória dos fiéis não pôde ser exatamente seguida devido à instantaneidade das transmissões ao vivo. Mesmo assim, buscou-se percorrer o mesmo trajeto dos fiéis e levantar questionamentos a respeito destes percursos nas entrevistas de campo.

Kozinets compara os dados a “um material mineral bruto [...]” com o refinamento, “Eles podem então ser moldados em uma forma teórica que traga novo entendimento” (id., p. 114). Assim, reunindo teorias e análises empíricas, se compreende melhor as áreas analisadas.

3.3. ANÁLISE DO OBJETO

No estudo de caso da adaptação da IBNsm às restrições de contato social físico orientadas pelas entidades de saúde e impostas pelo poder executivo municipal, a primeira publicação na qual foi mencionado algo referente à Covid-19 é datada de 21 de março. Antes da pandemia, nenhum culto havia sido realizado em transmissão ao vivo pelas páginas do Facebook e Youtube da igreja, conforme verificado nesta pesquisa. Entre 21 de março e 21 de outubro, foram veiculadas na página 54 publicações, entre mensagens de texto, vídeo e imagem.

Para esta análise foram escolhidas três transmissões, de diferentes períodos, dentro da pandemia. A primeira a ser veiculada, de 22 de março, e as duas próximas nos três e seis meses subsequentes, no quarto domingo de cada mês, datando 28 de junho e 27 de setembro.

Já nos questionários foram obtidos cinco retornos entre as 10 tentativas realizadas. Todas as respostas são de mulheres. Apenas uma não identificou a idade, as outras variam entre 39 e 64 anos. Todas são membros da IBN há mais de um ano, o que significa que há uma ligação direta

entre elas e a instituição. Pondera-se que um vínculo foi estabelecido entre ambas, às fiéis relatarem que fazem parte da membresia da igreja, ou seja, há um conhecimento e acompanhamento da liderança da congregação para com elas, em maior ou menor grau.

Nas entrevistas com o líder de Comunicação e o pastor presidente da congregação, Gustavo Zimmermann e Levi Oliveira, percebe-se que alguns aspectos tiveram destaque para a equipe neste período, tanto positivos quanto negativos.

A primeira transmissão online sondada, de 22 de março, foi compartilhada na página da IBNsm, sendo veiculada diretamente no perfil do Facebook do pastor Levi Oliveira. Com tempo de 1 hora e 18 minutos, traz o pastor na sala da residência, explicando a situação e a respeito do novo formato, com auxílio técnico da filha, atrás das duas câmeras utilizadas, uma realizando a transmissão pelo Facebook e a outra pelo YouTube. O culto começa em cerca de 6 minutos de transmissão, quando ele avalia que há 80 espectadores simultâneos no Facebook e 68 no YouTube, esperando que mais chegassem para o culto. Acerca das informações até então verificadas, percebe-se que os moldes são uma espécie de transposição do culto presencial para o ambiente virtual.

A respeito da adaptação, Oliveira explica que estão no início do processo:

Quem imaginou que nós íamos viver essa dificuldade, essa limitação tão grande que o mundo está vivendo? Mas podemos fazer nosso encontro sem perda de conteúdo. Perdemos na comunhão, no estar presente, mas não perdemos no conteúdo. [...] Evidentemente, nós preferíamos estar juntos fisicamente, mas, hoje, o que podemos fazer é assim. E graças a Deus que pode ser assim, porque, se fosse há pouco tempo atrás, isso seria impossível, inviável. E eu creio que estamos unidos, ainda que virtualmente. Podemos estar sendo abençoados de qualquer maneira (OLIVEIRA, 2020).

Com isso, fica perceptível que se pensa, pelo menos ainda neste momento, que a presença humana física não pode ser substituída pela online, enquanto a interação com Deus sim.

O pastor conduz o culto no formato habitual das igrejas batistas, que consiste em breve palavra de abertura, louvor, oração de abertura, pregação, oração, louvor de encerramento, avisos (no caso, a adaptação das reuniões de GCs, via Zoom, e de dízimos e ofertas) e oração de encerramento. Os louvores, sem um grupo musical, são reproduzidos na televisão do ambiente,

quando o pastor direciona as câmeras manualmente. Dentre os comentários da publicação, variam fiéis registrando a presença, entre sozinhos e em família e pessoas em Santa Maria e outros locais.

O outro tipo de menção é em relação à mensagem proferida na pregação, como conformidade e testemunhos, além de questões técnicas, como qualidade do áudio. A transmissão no Facebook atingiu 1,6 mil visualizações, 405 comentários, 64 compartilhamentos e 315 reações, até o último acesso desta. Ainda de acordo com o líder, com o tempo, se percebeu a necessidade de a equipe técnica ter o mínimo de interação possível com o preletor. O motivo de não repassar os problemas de transmissão para o pregador, ainda de acordo com Zimmermann, é não atrapalhar a mensagem e nem o público presente na atividade.

A segunda transmissão analisada, de 28 de junho, apresentou interferências externas à efetivação. Na noite do mesmo dia foi publicado um comunicado, por escrito, informando que, devido a problemas com a internet do local, o culto não seria transmitido, mas gravado e disponibilizado dois dias depois, no canal do YouTube. A publicação teve 47 reações, um comentário e seis compartilhamentos. No YouTube, o vídeo contém apenas a parte da pregação, com o preletor, pastor Edison Bastos. Nesta, a palavra de pregação tem foco voltado a temas habituais da vida cristã, conectando a vida moderna às histórias dos personagens bíblicos, não dando mais tanta ênfase a aspectos referentes à pandemia, indicando que os assuntos rotineiros já estão inseridos nas atividades da comunidade e indicando que as tradicionais pregações, desconsiderando o momento atípico, podem e são adaptáveis. O culto foi transmitido da igreja, em formato tradicional, e já se percebe a presença física de fiéis na atividade, além de ministro de louvor. O vídeo, de 1 hora e 19 minutos, contém 156 visualizações, 15 curtidas e um comentário.

Já a terceira transmissão, que foi veiculada nos dois veículos, de 2 horas e 2 minutos, segue com a liturgia habitual. Teve 913 visualizações, 78 comentários, 83 reações e 17 compartilhamentos. Os comentários são semelhantes aos da primeira, com elogios e pareceres acerca da parte técnica.

Se percebe, dessa forma, que as transmissões, quando ao vivo, com técnica bem sucedida, têm bastante interação do público pelo Facebook. Estes fiéis se remetem ao compromisso do culto nos dias e horários rotineiros e interagem da maneira mais parecida possível com um culto

presencial, de certa forma até mais. Podemos explorar o observado que, sem a presença territorial, é necessário se manifestar de alguma forma para demonstrar que está acompanhando e fazendo parte daquela atividade e, conseqüentemente, da comunidade, o “corpo”.

Embora as fiéis entrevistadas na pesquisa tenham realizado comentários em publicações, duas delas não lembraram, ao responder o questionário, de terem interagido em postagens. Duas, porém, além de lembrar, afirmaram terem tido algum tipo de retorno da equipe técnica da transmissão e, uma, de outros membros da igreja e, também, da equipe técnica da transmissão.

Em relação ao início do processo, Zimmermann afirma que foi bastante complicado¹¹. No entanto duas características da situação foram importantes. A primeira delas é ele já estar inserido na área da tecnologia, internet e gestão, profissionalmente, papel esse, da mesma forma, reconhecido e tido como fundamental por Levi. Outro ponto bastante relevante é que Levi, como responsável pela congregação, é aberto às novas mídias digitais. Porém, estas pontuações facilitaram, mas não isentaram a complexidade e desafio do momento. Entre os obstáculos do começo da pandemia, em março de 2020, estão os hábitos do formato presencial que não podem ser transferidos do mesmo modo para o online, precisando ser radicalmente modificados, como linguagem e tempo. Pode-se perceber, com as entrevistas, que o processo foi de tentativa e erro.

Zimmermann também aborda o temor, no início, em relação às arrecadações e aprimoramento de plataformas online para recebimento de contribuições, dízimos e ofertas, contudo, surpreendentemente para ele, não houve decréscimo.

Já na entrevista com Levi, fica evidente que já se pensava neste uso da internet a longo prazo. A pandemia apenas provocou este processo, que aconteceu de maneira rápida e abrupta. Ele relata que a decisão pelos cultos online ocorreram antes mesmo do decreto municipal que exigia a alternativa. “Hoje em dia, já lidamos melhor com o vírus, mas antes era algo muito novo. Então, orientei todos a ficarem em casa e me coloquei à disposição para fazer os cultos de casa. [...]”¹².

¹¹ Entrevista concedida por ZIMMERMANN, Gustavo. Entrevista I [10. 2020]. Entrevistadora: Gabriele da Silva Bordin. Santa Maria, 2020. arquivo .mp4 (45min6seg)

¹² Entrevista concedida por OLIVEIRA, Levi. Entrevista II [11. 2020]. Entrevistadora: Gabriele da Silva Bordin. Santa Maria, 2020. arquivo .mp4 (21min7seg)

Para o pastor, o virtual foi a primeira e única solução. “E encontramos as melhores ferramentas”, afirma.

Entendemos que precisávamos agir rápido. Como igreja, comecei a pensar todas as nossas dinâmicas de maneira virtual. [...] Logo que veio a pandemia, pensei: não vou precisar parar nenhuma programação da igreja. Mas vou ter que ensinar “esse povo” a usar o Zoom (aplicativo de chamada de vídeo ao vivo) [...] Reuni nossos líderes e os ensinei a usar o Zoom (OLIVEIRA, 2020).

Assim, as reuniões dos GCs foram adaptados à plataforma.

Ele explicou a importância de ter alguém (Zimmermann) que entenda da área. Perceberam a necessidade de investimento, que totalizou mais de R\$ 30 mil. Percebe-se, tanto pelas falas de Oliveira quanto de Zimmermann, que o processo de adequação foi de mudanças e experimentos. Zimmermann ainda dá ênfase aos aprendizados contínuos, como o processo até a escolha de player, pelo YouTube, dentre outras. Ele explica que as ferramentas de transmissão estão cada vez mais aprimoradas, mostrando o empenho do grupo por evoluir, tanto tecnologicamente quanto em domínio das ferramentas. Hoje, a IBNsm utiliza-se de ferramentas de transmissão que conectam câmeras, projetor multimídia, áudio, instrumentos de música e redes sociais. Zimmermann ressalta as pregações que chegaram a ter mais de 7 mil visualizações e que o alcance por domingo é de 3 a 4 mil visualizações, muito mais do que em cultos dominicais presenciais.

Em relação ao progresso do processo, o pastor recorda dos aspectos dos períodos de louvor dos cultos, procurando seguir a liturgia mais próxima do habitual quanto possível, pela televisão da casa dele, na sequência, com a transmissão do louvor feito por um casal de membros da igreja. Há, aqui, mais uma tentativa de replicação, ou reprodução, do que é feito offline para o mundo online, o que não pode ocorrer de maneira total, devido às características completamente distintas dos ambientes, porém há uma evolução na maneira de justaposição, algo que não é o esperado e convencional, mas que parte dele e, portanto, não é tão diferente ou radical a ponto de quebrar princípios ou confundir prioridades dos praticantes dos ritos.

Oliveira também recorda das maneiras de realizar as celebrações de ceia, um dos mais tradicionais ritos da religião. Na ocasião, ele passava a orientação de que as famílias organizassem os elementos da ceia, de casa, cálice e pão, e a ceia era ministrada à distância, por link do Zoom,

para maior interação, com tela onde apareciam todas as pessoas, para manutenção da comunhão, ainda mais enaltecida na liturgia específica.

Ele relata dificuldades de outros líderes e ressalta que são pessoas não idosas, mas com dificuldades relacionais em questão de priorizarem o contato físico: "Precisei dar um apoio. Trouxe o grupo para junto de mim para não perder aquelas pessoas”.

Na escolha de plataformas de veiculação de conteúdo, após testes com Facebook e YouTube, hoje, o segundo é o predileto da equipe. Embora a menor interatividade possível no YouTube, este aspecto, para a equipe, não gera grande déficit em relação ao objetivo dos cultos dominicais, quando comparado ao formato presencial, onde litúrgica e historicamente não há grande interação.

A própria plataforma, com qualidade e agilidade, do YouTube, se faz melhor. Enquanto a transmissão completa é armazenada no Facebook, após a transmissão ao vivo, ela é retirada do YouTube e colocada de volta apenas com um recorte da pregação, a parte do conteúdo tida como mais relevante a ser armazenada e disponibilizada. Os propósitos dos usos das diferentes plataformas são diferentes, inclusive. A intenção do uso do YouTube e da sistemática adotada, conforme Zimmermann, é para que haja conteúdos produzidos por uma igreja local para que quem mora na mesma cidade da congregação, Santa Maria, encontre pregações locais na rede, inclusive, para uma possível aproximação e vinculação desta pessoa com a instituição. Zimmermann explica que, para muitos, esta foi uma oportunidade de deslocar a programação do domingo para outros dias da semana, ocupando o dia com outras atividades e acompanhando a ministração em outro momento possível. Por conseguinte, vemos a religião se adaptando ao fiel, que tem aumento do controle sobre a prática da sua fé, enquanto a Igreja se torna mais disponível a um número cada vez maior de pessoas. Dentre as fiéis entrevistadas por esta pesquisa, duas utilizam o Facebook na televisão, duas o celular pelo Facebook, e uma o celular pelo YouTube. Conclui-se, com isto, que todas as possibilidades disponibilizadas têm públicos e atendem às distintas demandas.

Outra mudança relevante, ainda explorando os cultos, que retomamos nesta análise, é a falta de interação, mesmo que por meio de gestos, do público com preletor, as quais ele não vê,

dificultando o processo comunicacional. Por mais que comentem na live, o preletor não tem acesso imediato aos retornos.

Com o passar do tempo, as pregações passaram a ser de responsabilidade de outros ministros em algumas ocasiões. Com isto, alguns problemas iniciais se repetiram, como os movimentos para fora do enquadramento das câmeras. Conforme Zimmermann (2020), hoje, o problema já foi solucionado, neste caso, de maneira técnica, com implantação de mais câmeras.

Uma equipe técnica de cerca de três pessoas faz parte do processo operacional das transmissões ao vivo dos cultos. Uma destas fica responsável por cuidar da transmissão diretamente na rede social, observando os comentários para avaliar, principalmente, reivindicações acerca da qualidade de som ou conexão e verificando a validade dos mesmos a partir da emissão. Zimmermann tem esta parte como um desafio.

Ele conta que foram feitos formulários para controle do limite de participantes dos cultos presenciais, com inscrição e aconselhamento aos participantes do grupo de risco para permanecerem em casa. Ele classifica da seguinte maneira: o grupo de risco e quem acredita ser mais cômodo, pelo processo de comodidade, organização, deslocamento e economia de assistir de casa e quem preferiu ir ao culto presencial por preferir sair de casa.

Em relação ao momento em que acompanham aos cultos, quatro das cinco entrevistadas respondeu que acompanha em tempo real, aos domingos, e uma, em outros dias da semana, posteriormente.

Zimmermann (2020) salienta pontos como o grande alcance de público, bem maior do que em encontros em formato presencial, mensurado pelos números de visualizações. Ele evidencia os alcances de publicações que chegam a até três mil usuários e a manifestação de públicos de outros Estados do Brasil e até mesmo de outros países. A maioria destes já conhecia a congregação ou liderança, de acordo com ele.

Zimmermann (2020) conta que também está sendo criado um aplicativo para a congregação: “percebemos a necessidade de interagir mais com os membros da igreja (...)”. Enquanto os grupos de WhatsApp são tidos a nível “chat”, como classifica, apenas os grupos de

liderança funcionam melhor a nível administrativo e oficial, denominado presbitério. A intenção é evitar “bom dia e fake news”, explica. Além desta interação diferenciada, o aplicativo terá notificações de cultos e publicações no YouTube, funcionalidades para iniciantes, devocionais, notícias, membresia, recebimento de ofertas por meio virtual e programação de eventos para melhor organização. “Na pandemia parece que nossas atividades aumentaram”.

Eu acho que esse é um caminho sem volta. O uso e penetração no ambiente virtual é a linguagem moderna. Não há como negar. Abdicar disso é abdicar é ficar de fora de como a comunidade vai se comunicar. É perigoso ficarmos à margem disso. Não há como negar que isso pode acontecer no futuro. pode ser tornar natural, mas hoje para nós não é natural e nem saudável, esta substituição plena do contato presencial. somos seres humanos, seres relacionais. faz parte do nosso conjunto de necessidade essa aproximação, que gera, o olho no olho, o toque físico, afeto, expressão da afetividade. Tudo isso no presencial é diferente do virtual (ZIMMERMANN, 2020).

Porém, um conjunto das muitas reuniões da igreja são optadas por serem realizadas à distância, principalmente de cunho mais administrativo do que espiritual. E, às vezes, até aconselhamento, em encaixe de horário e deslocamento. Porém, não substitui o real.

Quando os cultos e demais atividades da IBNsm voltaram a ser realizados presencialmente, três delas voltaram a participar da programação de forma presencial. Uma continuou acompanhando de forma virtual, pois pertence ao grupo de risco do novo coronavírus. Outra conta que nunca deixou de ir aos cultos presenciais: “quando a igreja fechou por curto período de tempo, nosso pastor nos convidava a participar do culto caseiro pelo Whatsapp. Foi bênção”.”, explica. Em relação a forma de adaptação da igreja à pandemia, todas concordaram que foi a melhor alternativa para passar pela pandemia da Covid-19.

Sendo assim, pode-se perceber que o que é exemplificado nas teorias é comprovado por fatos e processos, mesmo que posteriores, pois a lógica comunicacional é a mesma. Ambos os lados, líderes das igrejas e fiéis têm receios do “novo mundo” da internet, devido ao longo trajeto percorrido juntos fora dela. Logo, o ambiente virtual precisa ser explorado pelos dois lados. Enquanto as lideranças, que não são todas, mas é o caso de nosso objeto de estudo, se esforçam para aprender e se apropriar do digital, os fiéis, além de seguirem o exemplo de suas lideranças, conseguem se adaptar mais facilmente na medida em que a Igreja se insere nos locais aos quais elas já estão habituadas, como as redes sociais e plataformas mais difundidas, utilizadas em larga

escala. Enquanto as práticas se modificam, os preceitos são adaptados, não deixados de lado. No entanto, por outro lado, não engessados a regras imutáveis.

4. CONCLUSÃO

Observando as teorias das mídias e da comunicação e avanços do campo, compreendemos que, embora recente, o campo da comunicação é ricamente explorado. No que se refere aos estudos da midiatização da religião como assim instituímos neste trabalho os processos de aprimoramento da comunicação e entrada da religião nos dispositivos midiáticos dos mais variados, encontramos estudos, reflexões e tensionamentos que se complementam e fundamentam, sendo importantes subsídios para a construção de outros trabalhos. Mesmo estudando diferentes religiões e distintos meios de comunicação, as lógicas processuais são muito parecidas, tendo os mesmos pontos-chave.

O período de pandemia da Covid-19 traz novos desafios, mas, mediante o caráter facilitador e simplificador do mundo virtual, enquanto plataforma que auxilia a manutenção das relações humanas sociais, ficou evidente ao longo de toda a presente pesquisa que o isolamento físico e as limitações impostas serviram para acelerar um processo antes vagaroso, mais em algumas instituições do que em outras e mais para algumas pessoas do que para outras. Podemos especular que, se não fosse imposto, este avanço não aconteceria tão cedo, talvez fossem necessárias dezenas de anos para alguns. Ao mesmo tempo, ficou evidente que quem não se adapta “não sobrevive”. Desta maneira, hoje, os veículos de mídia, e mais especificamente a internet, moldam sim, a sociedade em todas as áreas, pois se impõem. A internet força os grupos para que adentrem nela. Embora possa espalhar e dispersar seus membros, até mesmo com a expansão, é ela também que une, conecta e é o ambiente propício para que vínculos sejam fortalecidos.

Neste estudo, pudemos questionar, primeiramente, as características do grupo, para, entendendo-o, compreendermos melhor o recorte de tempo analisado. A comunidade de fiéis da IBNsm, composta, em sua maioria, por membros antigos da congregação, deixa à vista a fé, amizade e perspectivas em comum, mesmo reunindo pessoas de diferentes idades, sexos, profissões, classes sociais, moradores de diferentes regiões da cidade. Constatamos que se trata de uma comunidade numerosa e mutante, ao passo que recebe e se despede de membros com frequência. Bem organizada, os pares podem contribuir com o todo da instituição na medida em

que trabalham juntos, nos ministérios. A linguagem e as práticas de todos, dentro da religião, são semelhantes, constituindo diálogos próprios dos quais todos se apropriam.

Sabendo disso, verificando o momento de pandemia, compreendeu-se a união de esforços e a unidade, quase total, nas ações realizadas e posições tomadas pelos responsáveis e membros da igreja. Com esta aceitação positiva, mesmo que em menor ou menor grau, as atividades têm sucesso, apesar dos obstáculos técnicos. Assim, as ferramentas são bem exploradas.

A internet se mostrou uma continuidade do espaço físico, não apenas no caso da IBNsm ou da adaptação das instituições religiosas no período de pandemia, mas em todos os âmbitos da sociedade, ao redor do globo. Porém, os aspectos físicos que a internet não supre, o contato próximo, fica evidente para todos os sujeitos estudados e, por isso, afirmam que a internet não substitui os encontros presenciais. Assim, podemos tê-lo como mais um dos espaços onde a fé pode ser praticada, contudo não esperamos uma substituição. Pelo menos não a curto ou médio prazo. Isto não se deve tanto aos ritos, embora as tradições influenciem, mas ao aspecto afetivo e até mesmo sensorial das relações sociais humanas.

Após percorrido o mesmo trajeto dos fiéis, as dúvidas suscitadas a partir desta experiência foram questionadas. Chegou-se à conclusão de que os usos, reações e aceitação do processo por parte delas foi semelhante de uma para outra. Uma das pequenas diferenças foi contextual, em relação a quem assistia aos cultos no domingo e quem não, devido a outros compromissos, etc. Outra diferença foi a maior ou menor pressa em retornar aos cultos presenciais da igreja, o que demonstra uma diferença de, principalmente, personalidade e relação com os ambientes digital e territorial.

A pandemia impactou também as redes sociais da igreja, aumentando o volume de visualizações e interações, prestando um conteúdo aos fiéis, atraindo cada vez mais pessoas através dos algoritmos e, de mesmo modo, exigindo mais da liderança, equipe técnica e de comunicação da instituição.

É importante ressaltar que a pesquisa aqui iniciada tenciona diversas outras questões a serem respondidas. Como as práticas comunicacionais virtuais adotadas pela IBNsm podem ser melhor exploradas? E, em relação às outras denominações, como pequenas congregações, em

locais mais isolados do ambiente urbano, se reconfiguram em meio às mesmas necessidades? E como a instituição aqui abordada dará os próximos passos em direção a uma comunicação mais eficiente com seus públicos? Estes são alguns dos infindáveis questionamentos que emergiram, e ainda emergem, em meio ao caminho percorrido até aqui. Estas e outras pertinentes questões podem ser explanadas e avaliadas em pesquisas futuras.

Pretendeu-se, com esta, que seja mais uma ferramenta de pesquisa e compreensão acerca da mediação da religião para outros pesquisadores. Além disso, este registro é um dos muitos que documentam, avaliam e ajudam a compreender a sociedade diante do histórico e global acontecimento da pandemia da Covid-19, sob um recorte regional e segmentado, de uma área tão ramificada que é a religião e em um processo tão complexo que é a mediação.

5. REFERÊNCIAS

AMÂNCIO, Elis. Mídias sociais para igrejas. Santa Luzia, 2016. 1 ed. 104 pg. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0Bz4NvEIUMfw9ZzRMVnRyMHRwNIE/view>>. Acesso em: 16 mai 2020.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. Porto Alegre: 2008, Famecos/PUCRS. 40 p.

BORELLI, Viviane (Org.). **Mídia e religião: entre o mundo da fé e o do fiel**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010a. 198 p.

BORELLI, Viviane. Mdiatização, dispositivo e os novos contratos de leitura geram uma outra religião. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Santa Maria. 2010b. 15 p.

BRAGA, José Luiz. **A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011 (1-33)

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. Matrizes, da Eca/USP - vol. 1, série 2, 2008. p. 73-78.

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referência. Animus: revista interamericana de comunicação midiática. v. V, n. 2, jul-dez 2006. Santa Maria (RS).

DENCKER, Ada de Freitas e VIÁ, Sarah Chucid da. Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura, 2001.

FANTONI, Francieli Jordão; HASLINGER, Evelin. “**Pesquisas em mídia e religião: um levantamento bibliográfico da produção discente dos pós-graduandos em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos –Unisinos (2006-2017)**”. In: **II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais**. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS –8a 12 de abril de 2018. Disponível em: <<https://mediaticom.org/anais/index.php/seminario-mediatizacao-resumos/article/view/741/718>>. Acesso em: 23 mar 2020.

FERNANDES, Andreza Lisboa da Silva. **A extensão de McLuhan no cinema de David Cronenberg: influências e aplicações da medium theory no filme eXistenZ**. 2016. 124 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina – PR..

FERREIRA, Virgínia Diniz; BORELLI, Viviane. **Renovação carismática católica do Brasil e a atualização de suas estratégias midiáticas**. In: I Seminário Internacional de Pesquisas em mediatização e processos sociais, 2016.

FIRE UNIVERSITÁRIO. Página inicial. Disponível em: <<https://fireuniversitario.com.br/lp/>>. Acesso em: 09 nov 2020.

FOLQUENING, Victor. **O dispositivo é só um rastro: Protocolo para os presentes, a mídia e Deus**. UniBrasil. Cadernos da Escola de Comunicação, Curitiba, 07: 2009. p. 39-43 vol.

1. Disponível em:

<<https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/cadernoscomunicacao/article/view/1971>>. Acesso em: 31 mai 2020.

HENRIQUES, Márcio Simeone. Comunicação, comunidades e os desafios da mobilização social. In: **Intercom**, 2005. Disponível em: <[https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/cultura/6.%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20comunidades%20e%20os%20desafios%20da%20mobiliza%C3%A7%C3%A3o%20social%20\(M%C3%A1rcio%20Simeone\).pdf](https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/cultura/6.%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20comunidades%20e%20os%20desafios%20da%20mobiliza%C3%A7%C3%A3o%20social%20(M%C3%A1rcio%20Simeone).pdf)>. Acesso em: 02 mai 2020.

HILLSONG CHURCH. Hillsong. Hillsong Technology Team, c2019. Página inicial. Disponível em: <<https://hillsong.com/pt/>>. Acesso em: 08 nov 2020.

INCHURCH. **Igreja Batista da Lagoinha**, 2019. Páginas Inicial e Sobre Nós. Disponível em: <<https://lagoinha.com/pagina/13059/sobre-nos>>. Acesso em: 23 mai 2020.

JESUSCOPY. Canal do YouTube. Página inicial. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/thejesuscopy>>. Acesso em: 09 nov 2020.

JOCUM BRASIL. Página inicial. Jocum Brasil, c2020. Disponível em: <<https://jocum.org.br/>>. Acesso em: 09 nov 2020.

KOZINETS, Robert V. **Nethnography**: doing ethnographic research online. Online Communities. Net. (2010). Disponível em: <<http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>>. Acesso em: 09 jan 2020.

KOZINETS, Robert V. Netnografia: Realizando Pesquisa Etnográfica Online. Porto Alegre: Penso, 2014. 203 p.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, Alisson; TOMAZETTI, Tainan Pauli. Comunicação e etnografia: refletindo práticas sociotécnicas e interações online. 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015. 15 p. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/historia-da-midia-digital/comunicacao-e-etnografia-refletindo-praticas-sociotecnicas-e-interacoes-online/view>>. Acesso em: 03 set 2020.

MATEUS, Samuel. A Etnografia da Comunicação. In: **Antropológicas**, 2015. 13 ed. P. 84-89. Disponível em: <<https://revistas.rcaap.pt/antropologicas/article/view/2341>>. Acesso em: 22 mar 2020.

MOVIMENTO DUNAMIS. Página inicial. <<https://dunamismovement.com/>>. Acesso em: 09 nov 2020.

MPC BRASIL. **Mocidade para Cristo do Brasil**, 2019. Página inicial. Disponível em: <<https://mpc.org.br/>>. Acesso em: 23 mai 2020.

REGIANI, Herivelton; BORELLI, Viviane. A Natureza Midiática da Religião e o Processo de Mídiação da Sociedade. In: **Intercom**, 2018. 15 pg. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1819-1.pdf>>. Acesso em: 18 abr 2020.

SBARDELOTTO, Moisés. “E o Verbo se fez bit” Uma análise da experiência religiosa na internet. São Leopoldo, RS: Instituto Humanitas Unisinos, 2011. 54 pg. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/ihu/035cadernosihu.pdf>>. Acesso em: 16 mai 2020.

SILVA, Suelen de Aguiar. Desvelando a Netnografia: um guia teórico e prático. Intercom – RBCC São Paulo, v.38, n.2, p. 339-342, jul./dez. 2015. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/interc/v38n2/1809-5844-interc-38-02-0339.pdf>>. Acesso em: 03 set 2020.

5.1 DOCUMENTOS ANALISADOS

IBNsm. Resiliência no Propósito de Deus para Nossa Vida (Ester 2:1-15) | Pr. Edison Bastos. 2020. (1h19m20s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bUHz5aD-XZU&t=997s>>. Acesso em: 30 out. 2020.

IBNsm. Culto IBNsm 22/03/2020. Santa Maria, 22 mar. 2020. Facebook: IBNsma. Disponível em: <<https://www.facebook.com/levi.oliveira.12576/videos/2590195601193074>>. Acesso em: 30 out. 2020.

IBNsm. Culto da Família (27/09/2020) | Novas Oportunidades (Levítico 16). Santa Maria, 27 set. 2020. Facebook: IBNsma. Disponível em: <<https://www.facebook.com/IBNsma/videos/663004981307827>>. Acesso em: 30 out. 2020.

IBNsm. TRANSMISSÃO DO CULTO [...]. Santa Maria, 28 jun. 2020. Facebook: IBNsma. Disponível em: <<https://www.facebook.com/IBNsma/posts/3302001786497181>>. Acesso em: 30 out. 2020.