

Discursos y contenidos en el entorno digital. Análisis desde América Latina

Lida Ximena Tabares Higueta, Ana María Valencia Henríquez
y Edwin Alexander Amaya Vera (Compiladores)



303
D611

Discursos y contenidos en el entorno digital. Análisis desde América Latina / Lida Ximena Tabares Higueta [y otros 19] – Medellín: UPB, 2022.
247 p., 14 x 23 cm. – (Ciencias Sociales No. 23)
ISBN: 978-628-500-067-6 (versión digital)

América Latina – Aspectos Políticos 2. Redes sociales – Aspectos sociales –
3. América Latina – Impacto ambiental

CO-MdUPB / spa / rda
SCDD 21 / Cutter-Sanborn

© Varios autores
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana
Vigilada Mineducación

Discursos y contenidos en el entorno digital. Análisis desde América Latina

ISBN: 978-628-500-067-6 (versión digital)

DOI: <http://doi.org/10.18566/978-628-500-067-6>

Primera edición, 2022

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social-Periodismo

CIDI. Grupo: GICU - Grupo de Investigación en Comunicación Urbana. Proyecto: "Discurso político como factor de permanencia del conflicto en Colombia. Análisis de su presencia en Twitter". Radicado:445C-02/19-17

Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

Vicerrector Académico: Álvaro Gómez Fernández

Decano Escuela de Ciencias Sociales: Omar Muñoz Sánchez

Directora Facultad de Comunicación Social-Periodismo: María Victoria Pabón Montealegre

Editor: Juan Carlos Rodas Montoya

Gestora Editorial: Eliana María Urrego A.

Diagramación: Transparencia duo

Corrección de Estilo: Eduardo Franco

Foto Portada: Shutterstock 1391852696 y 2018017004

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2022

Correo electrónico: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

Radicado: 2196-10-05-22

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

Fé digital: estratégias comunicacionais no contexto de uma sociedade midiaticizada em pandemia¹

La fe digital: estrategias de comunicación en el contexto de una sociedad mediaticizada en una pandemia

Odlinari Ramon Nascimento da Silva²
Luciana Miranda Costa³

-
- 1 Artigo apresentado no GT 19 – Comunicação Digital, Redes e Processos – durante o congresso da Associação Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, realizado de 9 a 13 de novembro de 2020.
 - 2 Odlinari Ramon Nascimento da Silva. Doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (bolsista Capes). Mestre em Estudos da Mídia. Brasil, e-mail: contatoderamon@gmail.com
 - 3 Luciana Miranda Costa. Professora do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará. Doutora em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos/UFGA. Brasil, e-mail: lmirandaeua@hotmail.com

Resumo

O fechamento dos templos evangélicos no Brasil, durante a quarentena provocada pela pandemia da covid-19, fez com que os pastores e os fiéis ressignificassem as práticas religiosas no ambiente digital. Este trabalho objetiva analisar as estratégias midiáticas da Igreja Batista de Água Branca (IBAB) no YouTube, visando o restabelecimento do vínculo com o fiel em tempos de pandemia, em uma sociedade mediatizada e inserida no contexto das redes. Utiliza a metodologia de estudo de caso a partir do recorte de quatro celebrações religiosas, que aconteceram no período de 12 de março a 21 de junho de 2020. Problematisa a seguinte questão: quais estratégias da IBAB produziram “novos protocolos religiosos” no e a partir do ambiente digital? E apresenta como resultado o protagonismo de atividades religiosas em comunidade que, em alguns momentos, não dependia da mediação pastoral.

Palavras chave: Pandemia, Estratégias midiáticas, Religião.

Resumen

El cierre de iglesias evangélicas en Brasil, durante la cuarentena provocada por la pandemia COVID-19, hizo que pastores y fieles dieran un nuevo significado a las prácticas religiosas en el entorno digital. Este trabajo tiene como objetivo analizar las estrategias mediáticas de la Iglesia Batista de Água Branca (IBAB) en YouTube, con el objetivo de restablecer el vínculo con los fieles en tiempos de pandemia, en una sociedad mediatizada insertada en el contexto de las redes. Utiliza la metodología de estudio de caso basada en cuatro celebraciones religiosas, que tuvieron lugar del 12 de marzo al 21 de junio de 2020. Problematisa la siguiente pregunta: ¿qué estrategias del IBAB produjeron “nuevos protocolos religiosos” en y desde el entorno digital? Y presenta como resultado el protagonismo de las actividades religiosas en comunidad que, en ocasiones, fueron independientes de la mediación pastoral.

Palabras clave: Pandemia, Estrategias mediaticas, Religión.

Introdução

O compartilhamento de notícias, no fim de 2019, fazia referência a um novo vírus que começava a circular na cidade de Wuhan, na China. O novo agente do coronavírus foi identificado como covid-19, provocado pela doença SARS-COV-2⁴, tendo como principais sintomas febre, tosse e dificuldade em respirar.

Como a circulação do vírus não se restringiu ao território chinês, afetando também países asiáticos, europeus (dentre esses a Itália, a Espanha, a Alemanha e a Inglaterra) e os países do continente americano (como os Estados Unidos, a Argentina e o Brasil), a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, no dia 11 de março de 2020, a pandemia da covid-19⁵, fazendo com que vários países decretassem estado de calamidade pública, por conta do grande número de infectados e de mortes.

Com o objetivo de retardar a transmissão do vírus no Brasil e não provocar um colapso no Sistema Único de Saúde (SUS), os governos municipais e estaduais foram os responsáveis pela publicação de decretos, a partir do dia 18 de março de 2020, interrompendo as atividades de comércio, escolas e de eventos culturais, políticos e religiosos, dentre eles, as missas e os cultos evangélicos, para não causar aglomeração.

É a partir desse contexto social que buscamos compreender as principais estratégias midiático-religiosas, permeadas por uma sociedade em midiaticização, por parte das igrejas evangélicas brasileiras, como forma de manter os fiéis em comunidade, durante o isolamento social. O caso escolhido foi de uma igreja evangélica que se diferenciou quanto à produção de conteúdo e estratégias religiosas na internet: a Igreja Batista de Água Branca (IBAB), liderada pelo pastor Ed René Kivitz⁶. Ele é teólogo, conferencista e escritor.

4 Sigla em inglês para "Síndrome Respiratória Aguda Grave 2".

5 Disponível em: < <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml> >. Acesso em: 26 jan. 2022.

6 Disponível em: < <http://www.edrenekivitz.com/> >. Acesso em: 26 jan. 2022.

Mestre em Ciências da Religião pela Universidade Metodista de São Paulo. Idealizador do Fórum Cristão de Profissionais. Atua, desde 1989, como pastor presidente da IBAB, em São Paulo. E possui perfis nas principais plataformas digitais, dentre elas, um canal no YouTube com 137 mil inscritos.

Já o canal da IBAB no YouTube possui 228 mil inscritos⁷, até a data da escrita deste parágrafo, com vídeos que apresentam uma média de 50 mil visualizações e uma periodicidade de quatro vídeos por semana publicados no canal. Dentre eles, as celebrações dominicais, que são realizadas em três horários: 9h, 11h e 19h.

Analizamos o conteúdo colocado em circulação na plataforma do YouTube pela igreja durante os dias 12 de março a 21 de junho de 2020, período no qual se recomendou ou se obrigou o distanciamento físico e a não ocorrência de aglomerações, em virtude da pandemia da covid-19. Durante o nosso período de observação, a IBAB realizou em todos os domingos a celebração das 9h, ao vivo, com o templo vazio, reproduzindo nos outros horários a mesma celebração da manhã.

Os temas “Espiritualidade para a pandemia”, “Deus e a pandemia: a Bíblia e a soberania divina” e “Como viver bem” foram centrais nas celebrações virtuais da IBAB como forma de estabelecer um vínculo de uma religião conectada com as questões sociais e os problemas enfrentados pela sociedade naquele momento.

O fenômeno religioso foi estudado nesse artigo a partir da seguinte problemática: quais estratégias da IBAB produziram “novos protocolos religiosos” no e a partir do ambiente digital, com o intuito de reestabelecer o vínculo entre a instituição e seus fiéis durante a quarentena provocada pela covid-19?

No tensionamento da reflexão teórico-metodológica, a abordagem se deu em diálogo conceitual com a midiaticização da religião

7 Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/oficialibab> >. Acesso em: 26 jan. 2022.

(Gomes, 2017; Martino, 2016) na tentativa de pensar como esse conceito opera a lógica do objeto pesquisado.

Mediatização da religião: estratégias midiático-religiosas em rede

Durante a realização do II Seminário Internacional em Mediatização e Processos Sociais, realizado em abril de 2018 na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), o professor Pedro Gilberto Gomes, durante sua fala⁸, apresentou a mediatização como um conceito plural, que admite múltiplas vozes. É fato que, diante da realidade atual, “a mediatização tornou-se a chave hermenêutica para a compreensão e a interpretação da realidade” (Gomes, 2017, p. 78), por isso percebemos a importância deste conceito na compreensão das estratégias da liderança de uma instituição evangélica, que habitou o ambiente digital, de forma exclusiva, durante todo o período de quarentena da covid-19.

Inicialmente se faz necessário entender a mediatização como “um novo modo de ser no mundo, a partir da formação de uma nova ecologia comunicacional” (GOMES, 2017, p. 66). E isso se dá porque tal fenômeno é intrínseco à cultura, pois a teoria da mediatização não concebe a mídia como algo separado dos processos culturais e sociais das pessoas e instituições. Conforme afirma Hjarvard (2014, p. 15), “a cultura e a sociedade contemporâneas estão a tal ponto permeadas pela mídia, que talvez já não seja possível concebê-la como algo separado das instituições culturais e sociais”.

Sendo assim, a mídia não é simplesmente um instrumento técnico que está a serviço da sociedade, como alguns líderes religiosos a utilizam. Trazendo para o diálogo com o objeto aqui destacado, a mídia não é uma ferramenta em que os pastores e os fiéis se utilizam para a propagação do Evangelho e a interação com seus seguidores,

8 “Epistemologias da mediatização” foi o tema da conferência do dia 09 de abril de 2018, em que o Pe. Pedro Gilberto Gomes compôs uma mesa de debate com Göran Bolin (Suécia) e Vera França (UFMG).

mas é exatamente na mídia, com seus processos e lógicas próprias, que temos “um *locus* privilegiado para compreender a sociedade em seus diversos aspectos, bem como os processos que a animam e a estruturam” (Gomes, 2017, p. 36). E é a partir do conceito de mediação que também se compreende a sociedade atual, conectada via mídias sociais digitais, as quais produzem novos significados de presença e participação durante uma celebração religiosa online no YouTube, por exemplo.

É com a mediação da sociedade que as práticas sociais, aqui, portanto, as religiosas, se deslocam para a ambiência comunicacional e nela passam a operar com lógicas e processualidades próprias na produção de sentidos, a partir de inovações tecnológicas e invenções sociais. No entanto, o apenas “deslocar-se” para a ambiência digital não configura por si só a mediação, conforme destaca Martino (2016).

O uso de meios de comunicação por uma instituição religiosa para transmitir uma mensagem, sem que nenhuma prática religiosa seja alterada para isso, não significa sua mediação, mas sua mediação (*mediation*). A mediação tem início no momento em que as mídias tornam-se parte das atividades individuais e institucionais. Quando processos sociais assumem novas configurações, ganhando outras formas e contornos, aí se pode pensar em termos de mediação (Martino, 2016, p. 36).

O fato é que, desde o século passado, a prática religiosa não está restrita aos templos físicos. As celebrações religiosas foram desterritorializadas a partir da transmissão via rádio e TV. De acordo com Martino (2016), a transmissão de um culto no templo, seguindo a lógica de uma liturgia tradicional e presencial do campo⁹ religioso, configura apenas em mediação das práticas religiosas. E isso é perceptível quando as igrejas transmitem seus respectivos cul-

9 Nos apropriamos do conceito de “campo” a partir de Bourdieu (1998), que afirma que campo é um “sistema específico de relações objetivas que podem ser de aliança e/ou de conflito, de concorrência e/ou de cooperação, entre posições diferenciadas, socialmente definidas e instituídas” (p. 133).

tos do templo. Estar na internet não é a mesma coisa de habitar o ambiente digital. No entanto, quando a prática religiosa se transforma em estratégia midiático-religiosa e tal prática é “colocada” em circulação na atual rede sociocomunicacional, por meio das variadas plataformas digitais, produzindo novos sentidos, o que se está em curso é o que se pode compreender como midiaticização da religião, a qual configura-se em uma nova ambiência midiática comunicacional, geradora de novos processos, lógicas, operações e saberes do campo midiático.

Muitas instituições evangélicas disputam estratégias digitais em busca da atenção do seu fiel e tentam resgatar aqueles que ainda não têm vínculo com sua respectiva instituição. A igreja evangélica foi desafiada pela pandemia a ressignificar suas respectivas práticas e discursos que seriam, mais do nunca, atravessadas por lógicas da cultura midiática em rede. Aliás, essa reflexão de existência da própria igreja cristã nos tempos da rede deve possibilitar “a igreja em geral a repensar e atualizar seus processos comunicacionais internos e externos para o ambiente digital, no processo de midiaticização digital da religião” (Sbardelotto, 2017, p. 253).

A igreja evangélica brasileira viveu um momento inédito no contexto de sua *práxis* eclesiológica e por que também não dizer midiológica e comunicacional? Religiosidades atravessadas por vários formatos midiáticos, reconstruídas e reorganizadas em um “novo” ambiente: o digital. Antes da pandemia, a atuação digital da maioria das igrejas se limitava em transmitir (mediar) os cultos realizados no templo. Com o impedimento da realização de celebrações religiosas *in loco*, a internet tornou-se um ambiente em que novas estratégias tiveram de ser produzidas pelos líderes de igrejas, conforme disse o pastor Ed René Kivitz em um dos cultos *online* da IBAB: “nós não podemos, simplesmente, pegar tudo que a gente fazia no presencial e levar para o virtual. Nós temos de fazer coisas novas, coisas diferentes, coisas que nunca fizemos. Nós temos de atualizar o presencial em uma outra dimensão, em outra categoria” (Kivitz, 2020).

Questões relacionadas ao culto público cristão repercutiram durante a quarentena da covid-19, em especial, a noção de culto *online*. Até então, a liderança evangélica, de modo geral, sempre

entendeu o culto *online* como a transmissão de um culto presencial, estabelecido como uma prioridade secundária da igreja, como forma de atender aos fiéis que não podiam estar presentes no templo. Com a proibição de realizar cultos presenciais, “as mídias sociais deixaram de ser apenas o ambiente de transmissão de cultos e passaram a ser o espaço exclusivo de comunicação, relação, participação, presença e produção em rede” (Nascimento, 2020). O salto que o contexto da pandemia permitiu foi de que a transmissão do culto por si só não se sustenta. O ambiente *online* não existe para que a religião seja transmitida, mas para que ela seja produzida. E mesmo que o objetivo deste trabalho não foi o de analisar os “gêneros religiosos”, destacamos que, quando tratamos de produção religiosa estamos nos referindo também a produzir conteúdo religioso, não só o culto, mas entrevistas, palestras, aulas e etc. É preciso que o pastor não apenas pregue, no sentido da transmissão unilateral da Palavra, mas também dialogue com seu público!

Estudo de caso: uma metodologia de posicionamento

O estudo de caso é uma metodologia que permite o pesquisador se colocar diante do objeto pesquisado (Yin, 2001). O que tornou a IBAB um caso específico no universo de outras igrejas evangélicas foi o processo de reconstrução de suas práticas, discursos e imagens, tendo como pano de fundo as questões da covid-19 e seus impactos sociais. Todo o discurso da IBAB foi ressignificado a partir da influência da pandemia, fazendo com que sua respectiva liderança colocasse em pauta, praticamente em todos os seus produtos midiáticos, o assunto mais próximo aos seus fiéis, ou seja, aquele que mais o impactava: Deus e a pandemia.

Entendendo, portanto, o estudo de caso como “uma situação concreta que já está delimitada” (Martino, 2018, p. 151), a escolha se deu após o acompanhamento, tanto nos produtos produzidos pela IBAB quanto nos produtos midiáticos de outras igrejas, a exemplo da Assembleia de Deus e igrejas batistas. No entanto, a periodicidade e os diversos formatos produzidos pela IBAB se mos-

traram mais regulares e com elementos de diversidade, permitindo compreender as principais estratégias que estavam em curso para a manutenção do vínculo com o fiel.

Para que as estratégias em curso para a manutenção do vínculo entre o fiel e a IBAB fossem analisadas na pesquisa, foi utilizado o método de observação, ou seja, o “acompanhamento sistemático da interação entre as pessoas. [...] Na observação, o objetivo é compreender uma situação a partir da proximidade com o que está acontecendo” (Martino, 2018, p. 135).

A nossa observação nos vídeos do canal da IBAB no YouTube se deu de 12 de março a 21 de junho de 2020, com direcionamento para os vídeos das celebrações dominicais. Foram analisados, desta forma, quatro vídeos. A seleção se deu pelo fato da temática da pregação do pastor Ed René Kivitz se relacionar diretamente com o contexto da pandemia.

Sendo assim, a operacionalização do nosso estudo de caso se deu na materialidade discursiva delimitada de uma prática religiosa. A partir da seleção dos quatro vídeos, exclusivamente pela temática relacionada à pandemia, assistimos aos quatro cultos evangélicos em momento posterior de sua transmissão. Fomos observando, a sequência das imagens com a liturgia do culto composta por louvores, orações, momento de ofertório e pregação do pastor Ed René Kivitz.

Em um segundo momento, na materialidade discursiva do culto, com foco na pregação do pastor, fomos identificando os elementos que consideramos essencialmente comunicacional. Mesmo partindo do princípio que não há nada que não seja comunicacional, principalmente em se tratando de prática religiosa, o nosso objetivo foi identificar algumas das principais estratégias da IBAB, durante a transmissão de seus cultos, que produziram novos protocolos religiosos, pelo fato do templo permanecer vazio pela primeira vez na história da igreja.

Foi o caso, por exemplo, da autonomia dada ao fiel, sem mediação pastoral, da Ceia. Conforme detalharemos no próximo tópico, a Ceia é um momento de comunhão entre os fiéis em memória

à vida, morte e ressurreição de Jesus. Em se tratando de igreja evangélica, a Ceia é um momento que acontece no templo e é mediado pela liderança da igreja. Em tempos de pandemia de covid-19, enquanto algumas igrejas criaram alternativas para a realização da Ceia, como no sistema *drive in*, em que o fiéis se dirigiam ao templo mas não saíam do carro, a IBAB, através do próprio pastor, conscientizou seus membros a realizarem a própria Ceia em casa, sem mediação pastoral.

Portanto, em se tratando de midiatização da religião na internet, a produção discursiva e a prática religiosa de um membro de determinada denominação, que também está nas mídias sociais, é tão importante quanto a atividade midiática de um pastor, pois a rede possibilita que o impacto de um discurso publicado no Facebook de um fiel, por exemplo, possa produzir tanto efeito quanto a mensagem do pastor da igreja.

Estratégias de vínculo religioso a partir de um novo ambiente: o digital

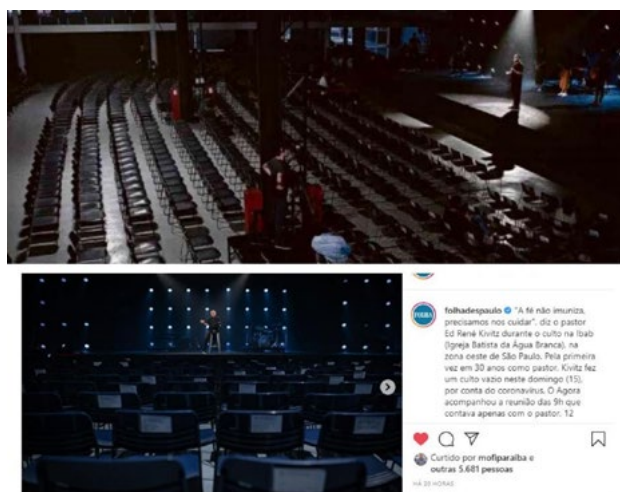
Em uma reportagem, gravada em vídeo e publicada no site da CNN Brasil¹⁰, com o título “Evangélicos fazem assistência espiritual e batismo online em meio à pandemia”, o pastor Ed René Kivitz informou que a IBAB cancelou todas as reuniões no templo antes do dia 24 de março de 2020. Nesse dia, o governo de São Paulo decretou a quarentena, permitindo circulação de pessoas apenas em serviços essenciais. É fato que essa denominação evangélica já tinha familiaridade com o ambiente digital, no entanto, não chegava ao ponto de realizar celebrações dominicais exclusivas nesse ambiente, práticas observadas no período que compreende o dia 12 de março a 21 de junho de 2020.

Ainda em entrevista à CNN Brasil, o Pr. Ed René (2020) disse que “a própria existência de um encontro em um auditório lotado,

10 Disponível em: < <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/2020/05/25/evangelicos-fazem-assistencia-espiritual-e-batismo-online-em-meio-a-pandemia> >. Acesso em: 01 fev 2022.

em que as pessoas chamam umas às outras de ‘irmãos e irmãs’, é uma mensagem de fraternidade que os vincula para além dos laços sanguíneos”. Esse laço do qual o pastor fala seria a própria natureza de ser igreja, gerando pertencimento, ou seja, sendo rede e não simplesmente estando na rede. Diante da realidade imposta pela pandemia, conforme observa-se na Figura 1, a mensagem do “estar junto” precisou ser ressignificada para um outro ambiente, pois “estar junto” nessa realidade seria estar distante fisicamente, mas próximo midiaticamente. Mesmo que a fotografia, publicada no jornal Folha de S. Paulo do dia 16 de março de 2020 mostre o pastor diante de cadeiras vazias, a midiaticização possibilita que o pastor ainda continue diante de milhares de pessoas todos os dias da semana e em todas as horas do dia, pois o vídeo permanece disponível no canal da IBAB no YouTube, e até o momento da escrita deste parágrafo, já tinha alcançado mais de 61 mil visualizações¹¹.

Figura 1. Celebração da IBAB realizada no dia 15 de março de 2020



Fonte: Folha de S.Paulo

11 Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=eLsejDxvGM4> >. Acesso em: 01 fev 2022.

O estranhamento das cadeiras vazias de um templo evangélico durante as celebrações religiosas de domingo se transformou em uma realidade para a IBAB durante quase dois anos. A igreja continuou com as celebrações exclusivamente na plataforma do YouTube e sem presença de público no templo até dezembro de 2021, ou seja, foram exatamente 21 meses realizando cultos apenas no online.

Estratégias da IBAB e novos protocolos religiosos durante a pandemia

Nos vídeos disponíveis no canal do YouTube com os títulos de “A páscoa de Jesus e a nossa libertação”¹², “Espiritualidade para a pandemia”¹³, “Deus e a pandemia: a Bíblia e a soberania divina”¹⁴ e “Como viver bem”¹⁵, inclusive foram as celebrações que analisamos neste artigo, o discurso pastoral significou a quarentena, provocada pela covid-19, como um momento de despertamento da igreja, para um relacionamento pessoal com Deus, sem mediação de estrutura religiosa. Percebemos a ressignificação do discurso religioso em que o convite já não foi “venha para igreja”, e sim “a igreja é você. Portanto, fique em casa e cuide de sua família”. Esse foi o primeiro protocolo religioso produzido a partir da mudança discursiva da IBAB, impulsionada pelo ambiente digital, em dias de quarentena.

12 Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=cM50eOaSy4A> >. Acesso em: 01 fev. 2022.

13 Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=bCbyDJXrFJo> >. Acesso em: 01 fev. 2022.

14 Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=78t-YKfed18> >. Acesso em: 01 fev. 2022

15 Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=CpS22HG-9xk> >. Acesso em: 01 fev. 2022.

Figura 2. Pastor Ed René Kivitz durante uma celebração religiosa *online*



Fonte: IBAB Oficial, 2020

A pandemia também atravessou o período da Páscoa nos anos de 2020 e 2021, momento em que a igreja cristã se apropria de elementos simbólicos na representação da vida, ceia, morte e ressurreição de Jesus. Na celebração, intitulada “a páscoa de Jesus e a nossa libertação”, Ed René desafiou a comunidade IBAB a duas atividades: comunicação afetiva (partilha do coração) e conexão afetiva (partilha do pão, serviço, doação, generosidade). O discurso pastoral da IBAB, em todos os vídeos analisados, foi reconstruído na temática de uma comunidade que, naquele momento estava distante, porém vinculada a questões não só teológicas, mas de “fraternidade”.

A liderança expandiu o trabalho da Rede IBAB Solidária¹⁶, que é um movimento de mobilização e cooperação da IBAB com organizações da sociedade civil parceiras e tem como um dos objetivos a ampliação de oportunidades de engajamento entre os membros da igreja com as causas sociais. Durante a pandemia, segundo

16 Disponível em: < <http://www.redeibabsolidaria.com.br/apresentacao/> >. Acesso em: 01 fev. 2022.

o pastor, a Rede IBAB Solidária distribuiu cestas básicas e material de higiene para as organizações associadas.

Outras estratégias de rede solidária foram criadas pela IBAB para oferecer ajuda psicológica e financeira durante a pandemia aos seus fiéis. Uma delas trata-se da rede de intercessão que a IBAB organizou em prol dos profissionais de saúde que estavam lidando diretamente com os pacientes da covid-19. Foi criado um formulário na internet, chamado Linha de Frente¹⁷, com o objetivo de fazer com que a instituição recolhesse os dados pessoais, como nome completo, e-mail, WhatsApp, profissão e atuação do profissional de saúde. Também foi criado um canal online de atendimento psicológico¹⁸ para pessoas que necessitassem durante a quarentena. O trabalho era realizado por meio de agendamento de horário com uma das psicólogas ou psicólogos da própria IBAB, que se disponibilizaram voluntariamente ao serviço. Outra estratégia foi a criação de uma rede de “economia solidária” em que a IBAB se tornou mediadora de produtos e serviços dos membros de sua própria comunidade. Uma página¹⁹ foi criada para que a comunidade tivesse acesso à informação de “irmãs e irmãos” que pudessem fornecer qualquer tipo de produto ou serviço do qual outros estivessem necessitando.

As redes solidárias da IBAB foram formadas a partir de um novo lugar midiático para a captação e fortalecimento do vínculo instituição-fiel. No entanto, compreendemos que apenas por meio da comunicação, esta que se deixa relacionar ou organizar mediações simbólicas (Sodré, 2014), os vínculos de solidariedade são estabelecidos. O processo da mediação da sociedade coloca em expansão os vínculos estabelecidos por meio da comunicação. E se “a comunicação possibilita o tecido das solidariedades”, corroborando com Lacerda (2011, p. 220), a internet, através das páginas criadas pela IBAB, com o objetivo de coletar os dados pessoais dos

17 Disponível em: < <https://ibabcomunicacao.wufoo.com/forms/z1gvj7hi0kxfz8x/> >. Acesso em: 01 fev. 2022.

18 Disponível em: < <https://ibab.com.br/apoiopsicologico/> >. Acesso em: 01 fev. 2022.

19 Disponível: < <https://ibab.com.br/economiasolidaria/> >. Acesso em: 01 fev. 2022.

membros de sua comunidade, possibilita que a instituição esteja mais vinculada a seus fiéis e, dessa forma, crie outras estratégias de vínculo religioso e comunitário, assumindo uma posição pública de instituição referência no processo interativo entre seus membros, pois é “na interação [...], pela Comunicação, que as ações produzem sentido socialmente, ganham um caráter público, reconhecido. Caso contrário, não terão poder vinculativo” (ibidem, p. 223). Com a criação dessas redes solidárias, formadas na e a partir das mídias sociais, compreendendo-as pelo processo de midiaticização, as mídias tanto desvinculam as relações sociais de seus ambientes primários quanto criam novos vínculos de relações em outros ambientes (Hjarvard, 2014).

Outra estratégia da IBAB, que gerou novos protocolos religiosos durante a pandemia, foi a própria celebração da ceia. Como uma prática comum, antes da pandemia, a IBAB realizava a ceia no templo em todo primeiro domingo de cada mês, a exceção foi a celebração da páscoa que aconteceu no segundo domingo de abril. Porém, aquilo que entendemos por novo protocolo religioso a partir da pandemia também foi colocado em prática quando o pastor Ed René Kivitz pediu, no dia 03 de maio de 2020, que os fiéis fizessem a ceia por suas próprias responsabilidades, sem que a cerimônia fosse realizada no templo.

Hoje é o primeiro domingo do mês, deveria ser ceia, você deveria está estranhando aí: 'Ué, cadê a mesa? Onde está o pão? Onde está o cálice? Onde está o vinho? Não vai ter ceia?' Não, não vai. Não vai ter aqui. Não vai ter aqui com o pastor Ed René Kivitz. Não vai ter na celebração virtual da IBAB. Mas vai ter ceia em memória de Jesus. 'Onde vai ter?' Aí, na sua casa. 'Quem vai officiar?' Você. 'Quem vai celebrar?' Você. 'Quem vai orar?' Você. 'Quem vai explicar o significado da ceia?' Você. [...] Vocês vão celebrar a ceia em família! Sem pastor, sem apóstolo, sem templo, sem clero, sem domingo e sem culto. Aí na sua casa. [...] Você não precisa da estrutura religiosa pra viver a sua experiência de Deus. E isso vai ressignificar completamente a nossa estrutura de comunidade. [...] Por enquanto o templo está fechado, mas eu tenho certeza de que a IBAB está mais viva do que nunca (Kivitz, 2020).

Na celebração “uma espiritualidade para a pandemia”, o pastor ensinou como os membros deveriam realizar a ceia em família, inclusive indicou leituras bíblicas para o momento e os desafiou a assumir o protagonismo de suas práticas religiosas, sem depender da estrutura que a igreja oferece. Essa autonomia do fiel diante de processos litúrgicos²⁰, incentivados pelo próprio pastor da igreja, é maior exemplo de novos protocolos religiosos criados no e a partir do ambiente digital, com o intuito de reestabelecer vínculos entre a instituição e seus fiéis durante a quarentena provocada pela covid-19.

E sabendo que, a instituição religiosa está a tal ponto vinculada à cultura midiática que é impossível concebê-la sem a presença da mídia (Hjarvard, 2014), o pastor faz o último pedido da celebração da seguinte maneira: “eu queria fazer um pedido muito especial: manda sua foto pra nós! Manda sua foto ou para o WhatsApp da IBAB ou para o Instagram da IBAB!”.

Não se observou, no entanto, nos vídeos analisados, nenhuma menção aos fiéis com dificuldade em usar a plataforma, fazendo com que o público deixasse de ser apenas espectador. As interações do público se deram de modo assíncrono, pois, mesmo durante a celebração ao vivo, às 9h da manhã de domingo, o chat do YouTube permanecia desativado. A participação assíncrona era seletiva e esporádica, como aconteceu durante a celebração de Páscoa em que foi exibido um vídeo com o depoimento de quatro famílias. A estratégia da IBAB, incluindo o uso da *hashtag* “#ibabjunta”, foi uma forma de representar, através dessas famílias, o vínculo dos seus fiéis com a instituição e o discurso reforçado pela saudade de se fazer presente no templo, mas por outro lado, afirmando que, o fato de estar em casa, no momento de pandemia, não dissolvia a comunidade religiosa.

Sbardelotto (2020) publicou no site do Instituto Humanitas da Unisinos²¹ um texto sobre a (re)descoberta eclesial do ambiente

20 Conjunto de elementos, práticas e linguagens religiosas utilizadas durante as celebrações.

21 Disponível: < <https://www.ihu.unisinos.br/597585-a-re-descoberta-eclesial-do-ambiente-digital?fbclid=IwAR1FaCL6rFW-cs27DdlfRoUz9oZOufDX9nfe-6yagB-G0rK0ZFW0Dok7L-no> >. Acesso em: 01 fev. 2022.

digital. Nele, o autor destaca o fato de que a igreja, em tempos de isolamento físico, precisa ser “ousada e criativa ao repensar o estilo e os métodos evangelizadores”. Sbardelotto destaca três pontos que, diante do contexto da pandemia, demandaram ressignificações: as noções de comunicação e relação; de participação e presença; e de comunidade. Para os objetivos de nossa análise, o interesse se volta para ideia de participação/presença, já que esta é uma noção que muitos líderes se apropriam em seus discursos.

“O oposto de real não é virtual, o oposto de real é presencial, pois nossas celebrações virtuais são muito reais” (CNN Brasil, Pr. Ed René, 2020). É fato que a dicotomia real versus virtual já é questão ultrapassada diante das experiências reais em rede no ambiente digital, contudo afirmar que o oposto de real é presencial equivale a dizer que o presencial não é real ou estaria em outra lógica que não fosse o real. O presencial na rede remete para Sbardelotto (2020) à noção de experiência presencial:

Ao estabelecermos um 'con-tato' em rede, deparamo-nos com novas experiências de 'tato', em que não abrimos mão de nossos corpos, afetos, sensações, sentimentos. [...] Mesmo em nossas conexões em rede, mediados por tecnologias digitais, estamos todos fisicamente presentes – embora em pontos geográficos diferentes. Ou seja, o ambiente digital subverte a noção de 'espaço' e de 'lugar'. O papel dos próprios 'templos de pedra' passa por uma transformação (Sbardelotto, 2020)

A realidade materializada a partir das conexões via plataformas de mídias sociais e aparelhos tecnológicos conectados à internet imprime outras lógicas de espaço e lugar, mas não anulam a presença, mesmo que a desterritorializem. O virtual não faz oposição ao presencial, pois numa celebração online é possível que tenhamos experiência corpórea. Sendo assim, se faz necessário compreender que o virtual expande o local para o global, pois a lógica da midiaticização faz com que as pessoas estabeleçam relações de fé em redes de característica global, tornando o “templo ubíquo, com acesso público e que se dá por parte” (SBARDELOTTO, 2020). No culto online, o púlpito do templo deixou de ser o lugar estratégico de fala do pastor e a mensagem falada tornou-se difusa

na rede sendo, portanto, capturada por nossas telas de smartphones, notebooks, smart tvs e tablets.

Considerações finais

As estratégias comunicacionais da IBAB, adotadas no contexto dos cultos *online* durante a pandemia, permitiram uma reorganização do *modus operandi* de praticar a fé em comunidade. A permanência e expansão do tom discursivo do pastor Ed René Kivitz em diálogo com as temáticas que mais afetaram o fiel, mostrou-se uma das formas eficazes de vincular-se a ele.

Novos processos religiosos foram colocados em circulação na rede sociocomunicacional digital. A igreja evangélica não tem o rito de realizar celebrações de ceia exclusivamente na internet, mas ao realizar durante a quarentena, a IBAB produziu novos protocolos religiosos reconstruídos na internet, inclusive deixando de realizar nos meses seguintes e transferindo a responsabilidade da ceia para seus membros, incentivando o protagonismo individual e micro-coletivo (cada família) da celebração religiosa, sem depender da estrutura que o campo religioso lhes oferece, como por exemplo, a mediação de um pastor ou pastora.

Outros protocolos de formação de redes solidárias também foram colocados em circulação. E, por fim, a resignificação discursiva na construção de estabelecer novos espaços como legítimos para a prática de culto. A rede religiosa, dessa forma, permite a circulação discursiva das estratégias da fé digital, que se vinculam aos interesses dos fiéis no processo de compartilhamento de relação comunitária de espiritualidade.

Tensionando esse fator social, nossa pesquisa aponta para outras problemáticas paralelas: em tempos de uma sociedade em midiaticização, como a mensagem das celebrações dominicais, durante a quarentena, alcançaram os fiéis sem conexão à internet, diante da realidade brasileira de que uma parte da população não tem conexão? A IBAB pressupôs que todos os fiéis conectados já eram habituados à plataforma do YouTube, assim como Instagram e até

Spotify? A igreja passará a utilizar um modelo híbrido (presencial/virtual) das práticas religiosas, que contemple produções específicas e estratégias para os dois formatos?

Referências bibliográficas

- Bourdieu, P. (1998). *O poder simbólico*. Tradução de Fernando Tomaz. Bertrand Brasil.
- Gomes, P. G. (2017). *Dos meios à midiaticização: um conceito em evolução = From media to mediatization: an evolving concept*. Ed. Unisinos.
- Hjarvard, S. (2014). *Midiaticização da cultura e da sociedade*. Ed. Unisinos.
- Kivitz, E. R. (2020). *Espiritualidade para a pandemia*. Mensagem do dia 03/05/2020 por Ed René Kivitz. [IBAB]. 1 vídeo (48min 26seg). Publicado pelo canal IBAB. Disponível em:
< <https://www.youtube.com/watch?v=bCbyDJXrFJo> >. Acesso em: 26 jan. 2022.
- Lacerda, J. S. (2011). *A construção de vínculos e coletivos em territórios digitais: o caso recomsol - rede de comunicadores solidários*. In: PERUZZO, Círcia Krohling; TUFTE, Thomas; CASANOVA, Jair Vega. Trazos de una otra comunicación en América Latina: prácticas comunitarias, teorías y demandas sociales. Barranquilla, Col.: Editorial Universidad del Norte, Cap. 6. p. 214-239.
- Lucena, T. I. N., & Oliveira, J. J. S. (2020, August). *Para além do limiar do templo: apontamentos éticos para uma pastoral em modo on-line* (Número 142, volume 17). 17, Article Número 142, volume 17.
- Martino, L. M. S. (2016). *Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais*. Paulus. Martino, L. M. S. (2018). *Métodos de pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas*. Vozes.
- Nascimento, R. (2020). Um olhar comunicacional sobre os cultos “on-line”. Disponível em: <https://coletivobereia.com.br/um-olhar-comunicacional-sobre-os-cultos-online/>. Acesso em: 01 fev. 2022.
- Sbardelotto, M. (2020). *A (re)descoberta eclesial do ambiente digital: entre luzes e sombras*. entre luzes e sombras. 2020. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/597585-a-re-descoberta-eclesial-do-ambiente-digital?fbclid=IwAR1FaCL6rFW-cs27DdIfRoUz9oZOufDX9nfe6yagB-G0rK0ZFW0Dok7L-no>. Acesso em: 05 fev. 2022.

- Sbardelotto, M. (2017). *“E o verbo se fez rede”: religiosidades em reconstrução no ambiente digital* (Paulinas (ed.); 1ª). 2017.
- Sodré, M. (2014). *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Tradução de Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman.