

## O processo de midiatização religiosa à luz dos blogs de conteúdo doutrinário<sup>1</sup>

Rafael Galdino RIBEIRO<sup>2</sup>

Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO<sup>3</sup>

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB<sup>4</sup>

### RESUMO

Na sociedade contemporânea, vivenciamos laços de religiosidade multidimensionais e efêmeros que se fazem e se desfazem por múltiplos artifícios. Evidenciando essa discussão, o artigo aborda o processo de midiatização religiosa a partir da análise de blogs de conteúdo doutrinário. Parte da premissa de que estes dispositivos de interação tecnológica favorecem a divulgação de diversas crenças, popularizando seus postulados. Para demonstrar esse pensamento, apresenta observações de três blogs das vertentes: Neopentecostal (IURD), Católica (Blog do Pai Eterno) e Espírita (Doutrina Espírita). A análise aponta que esses mecanismos de difusão tecnológica capturam a atenção dos internautas, permitindo novos conhecimentos no âmbito religioso e possíveis identificações com as informações disseminadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Midiatização religiosa; Interação; Blogs; Informações doutrinárias.

### INTRODUÇÃO

É inquestionável que a sociedade passa atualmente por mudanças no que diz respeito à dinâmica das informações que chegam ao público alvo. As tecnologias aceleram esse processo, através do barateamento de seus suportes, fato que acarretou o surgimento de fontes plurais de aquisição de conhecimento (TELES; PATROCLO, 2012). A sociedade se insere em um novo contexto de comunicações, onde há uma reconfiguração das percepções de uso e absorção dessas tecnologias. Segundo Gomes (2008), os grupos sociais se percebem a partir do fenômeno da mídia, para além dos dispositivos tecnológicos. Na contemporaneidade, a realidade é midiatizada em razão da centralidade da mídia no cotidiano social. Nesse mundo sem fronteiras, tais relações também tendem a “midiatizar” seus agentes (SILVA, 2012).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na divisão temática Interfaces Comunicacionais, do INTERCOM JÚNIOR, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluno do 2º período do Curso de Comunicação Social da UEPB. Email: rafgaldino@gmail.com

<sup>3</sup> Professora Titular do Curso de Comunicação Social da UEPB. Doutora em Educação. Orientadora do trabalho. Email: rmadia@terra.com.br

<sup>4</sup> Este artigo é nossa primeira experiência científica no âmbito da graduação e representa a nossa intenção de realizar pesquisas no âmbito da midiatização religiosa, elaborando trabalhos que contribuirão para o nosso TCC.

Vivenciamos, pois, uma tecno-interação, marcada por uma prótese tecnológica e mercadológica da realidade (SODRÉ, 2002). Avançando na reflexão, podemos considerar que a midiatização está configurando a busca de uma visão unificada da sociedade. Neste novo ambiente, a internet permite novos modos de comunicação, voltados ao poder de participação do usuário, que ganhou permissão para colaborar com os conteúdos publicados, como também a possibilidade de colocar, ele mesmo, “material Original” (BRIGGS, 2008) na rede de compartilhamento de informações.

Nessa perspectiva, não podemos ignorar o fato de que a esfera religiosa também se apropria desse novo cenário comunicacional, divulgando suas intenções em diversos veículos de comunicação. São programas de rádio ou de TV, publicações especializadas sobre as múltiplas denominações, criando uma “indústria cultural” de matriz religiosa, privilegiando a temática na teledramaturgia, filmes, documentários, entrevistas, coberturas de notícias. Na internet, *sites* de relacionamentos, blogs de conteúdos místicos e comunidades afins se multiplicam e propagam suas crenças construindo a efervescência que cerca esse debate. Desse modo, entendemos que participar desta discussão significa propor um cenário de pensamento que busque compreender o panorama religioso da época como tributário da influência imperativa da mídia e de seus artifícios de visibilidade.

Numa época em que o ecumenismo religioso é incentivado como possível fator de agregação e alento para a superação das intolerâncias sociais, as diversas alternativas midiáticas tornam-se adequadas aos novos tempos, nos quais os receptores têm a tarefa de selecionar o canal televisivo de sua preferência ou navegar na internet em busca de informações ligadas ao universo da religiosidade. Em tempos de midiatização, verificamos múltiplas expressões de fé e percebemos a transposição do “sagrado”, que anteriormente ocupava o lugar dos templos, e hoje migra para os diversos dispositivos comunicacionais. Com esse foco problematizador, o artigo analisa o conteúdo de três blogs de cunho doutrinário: um *neopentecostal* (IURD), um *católico* (Blog do Pai Eterno) e um *espírita* (Doutrina Espírita), numa aproximação preliminar dessa realidade.

## **1. O processo de midiatização no campo religioso**

Tratando a mídia como um *lócus* de compreensão da sociedade, Gomes (2008), argumenta que as vertentes religiosas atravessam um processo de midiatização, uma vez

que se entrelaçam com as operações e lógicas da comunicação no sentido de difundir para o grande público, religioso ou não, as diversas apologias doutrinárias.

Sodré (2002) pensa o fenômeno midiático como um novo bios, de qualificação cultural própria, originando a chamada tecnocultura, implicando uma nova tecnologia perceptiva e mental, portanto, um novo tipo de relacionamento do indivíduo com as referências concretas com a verdade.

Gasparetto (2006) explica que a mídia passa a ser um dispositivo que promove novas formas de organização e pertencimento, das quais decorrem as novas comunidades religiosas. Estas são centradas na presença do protagonismo técnico simbólico, utilizando esses dispositivos tecnológicos para ultrapassar um discurso tradicional de pregação nos templos e investir na sensibilização afetiva, o que vem a ser um lucro para as diversas igrejas, independentemente das denominações religiosas que representam. As religiões constituem fatores ativos nos processos de mudança cultural e se utilizam dos meios de comunicação para propagar suas crenças e rituais.

No cotidiano social, o senso comum entende a perspectiva religiosa como espaço de identificação com suas expectativas e sentimentos, de modo que esta pode ser assimilada como mecanismo de resolução de conflitos ou uma espécie de bem valioso a ser consumido. Tal premissa nos instiga alguns questionamentos preliminares: como as mensagens religiosas se utilizam dos meios de comunicação? Cultos assistidos no espaço doméstico, na sala de TV, podem substituir a presença das pessoas nos templos? A internet, com seu amplo conteúdo religioso, pode se converter em *locus* de orações ou reflexões religiosas? Qual seria o papel dos blogs na difusão das doutrinas religiosas? Qual a utilidade das informações veiculadas nesses dispositivos de interação tecnológica?

Assiste-se hoje a diversas estratégias de entrelaçamento entre os campos da comunicação e da religiosidade, o que sinaliza a tendência atual ao múltiplo pertencimento religioso, marcado pelo afastamento das pessoas dos templos, criando um horizonte social favorável a diversos universos simbólicos facilmente ocupados pelos discursos sedutores da mídia. Nesse sentido, observa-se o enfraquecimento das tradições religiosas ao mesmo tempo em que emergem as individualidades das escolhas, antes atreladas à presença dos fiéis em seus locais sagrados. Observamos também o pluralismo religioso, que possibilita vivências e experimentações por diversos tipos de fé. Esse cenário favorece a busca, a curiosidade pelos diversos conteúdos religiosos, permitindo que a internet seja espaço de

aprendizagens intercambiáveis nesse sentido, ao oferecer uma multiplicidade de alternativas para se conhecer diversos territórios doutrinários.

Assim, o processo de midiaticização está criando novas formas de codificação das informações, decorrentes do avanço da informática, imputando uma mudança no perfil dos conteúdos, assim como permitindo a emissores e receptores novas posturas na produção e aquisição do conhecimento. Essa nova ordem global exige que as transformações culturais sejam acompanhadas por adaptações também no campo religioso, construindo as bases para um diálogo mais próximo entre a religião e as pessoas, que buscam interagir com as mensagens de cunho espiritual, mas não necessariamente frequentando templos tradicionais. A cultura vigente, com sua aura de descartabilidade das tradições, apresenta-se então como uma rival da religião e de seus valores, acentuando a crise das representações doutrinárias e colocando em realce as trocas de informações e, principalmente, o valor da informação para a sociedade contemporânea (MOREIRA, 2011).

O sagrado parece surgir no íntimo dos indivíduos sem necessitar de uma instituição reguladora. Para a sociedade global, a vivência religiosa não se atrela à presença nos templos, em contraposição às verdades doutrinárias, que visam a conversão dos indivíduos. Tal sociedade tem como um de seus traços marcantes o privilégio do polo sensorial na produção de sentido religioso (STEIL, 2008). O mesmo autor salienta que a sociedade contemporânea se caracteriza também pela busca pela autenticidade afetiva nas vivências espirituais, incorporadas às trajetórias dos sujeitos que as experimentam.

Outro traço da religião em tempos midiaticizados de fé é o trânsito religioso, que consiste no deslocamento dos atores religiosos por diversos espaços sagrados e /ou crenças religiosas, assim como na prática simultânea de diferentes religiões, o que se dá tanto entre religiões institucionalizadas quanto entre as religiões e outros sistemas de práticas sociais (STEIL, 2008).

Gasparetto (2006) cita o fenômeno neodevocional, aliança entre meios de cruzamento de operações dos campos midiático e religioso, como fenômeno de representação em que as pessoas não se sentem presas às antigas mediações, o que favorece as novas formas de tecnointeração nas expressões religiosas. A midiaticização está também modificando as formas tradicionais que incorporam as lógicas que sustentam as religiões, modificando também a própria definição dessa categoria. Hoje, faz mais sentido nos reportarmos às novas religiosidades, porque o conceito de religião, no seu viés teológico, implica

institucionalização definida, algo que hoje se torna impreciso diante do pluralismo de denominações.

Essa globalidade cria novas relações de poder que alteram diretamente a ideia no campo da religiosidade que as pessoas professam, podendo questionar assim, os sentidos de suas próprias práticas ou conduzindo-as a pensar em práticas diferentes (NASCIMENTO, 2011). Partindo do pressuposto de que a mídia passa a ser um dispositivo que visa promover novas formas de organização social, da qual também decorre uma nova comunidade religiosa, composta por indivíduos que conhecem os rituais midiáticos e participam deles (GASPARETTO, 2006), verifica-se um empenho substancial de religiões para manter uma ligação mais íntima com os fiéis, fazendo uso desses recursos.

No catolicismo, essa ligação se percebe de forma clara ao se verificar a utilização de canais de TV gratuitos, cuja totalidade de programação é direcionada à evangelização popular, a exemplo da TV Canção Nova, da Rede Vida e da TV Aparecida, que buscam apresentar os pressupostos da Igreja. Essa disseminação da utilização de novas tecnologias permite que rituais anteriormente restritos aos templos cheguem a fiéis que não têm tempo de frequentar fisicamente os locais de oração.

O mesmo processo se intensifica nas igrejas neopentecostais, que utilizam os meios massivos para a propagação de suas ações. A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) pode ser vista como a entidade religiosa brasileira que mais investe em mídia, com instrumentos diversos, a exemplo do jornal impresso “Folha Universal”. O veículo é oferecido através de assinaturas, mas também é distribuído entre os fiéis no que se assemelha a uma campanha promocional do tipo “leia e repasse”.

O grande investimento da IURD se dá mesmo na Rede Record de televisão, cujas madrugadas são destinadas aos programas dessa vertente, comandados por pastores-apresentadores empáticos e carismáticos que interagem por múltiplos meios com os espectadores. Em milhões de lares brasileiros, a atuação da TV se dá como eficiente dispositivo de persuasão da coletividade. Através da tela, diferentes crenças podem ser experimentadas ou descartadas sem nenhum constrangimento, uma vez que em seus ambientes os receptores/espectadores são livres para realizar suas escolhas, começando esse ritual pela troca de emissoras. A vertente neopentecostal, da qual a IURD é a representante mais visível e promissora, cresce consideravelmente pelo apoio televisivo, sobretudo pelo discurso baseado nas estratégias espetaculares de persuasão.

Além da disseminação pelas vias impressa e televisiva, a igreja também conta com a IURD TV, disponível no site [www.iurdtv.com](http://www.iurdtv.com), cujo conteúdo é semelhante ao encontrado nas demais mídias. Na internet, se verifica também um investimento significativo a partir de blogs, como o “Blog do Bispo Edir Macedo”, funcionando como um canal direto de conversa com os fiéis. O blog aborda a resolução de problemas da sociedade através de representações de temas bíblicos. Sanchotene (2011) defende que por meio das possibilidades interacionais da internet, a igreja enuncia para ampliar a visibilidade das ações institucionais e com isso obter o conhecimento e legitimidade, atraindo novos adeptos para seus quadros.

A midiaticização do campo religioso é marcada também por uma mudança nos temas abordados pelos líderes religiosos, que passam a tratar de temas do cotidiano dos leitores, espectadores e internautas, na tentativa de propagar mensagens num âmbito mais pessoal e intimista. Em uma era de maturação tecnológica, caracterizada pela emergência de novos valores, novos meios de interagir e comunicar configuram as formas de perceber e pensar a realidade religiosa. Os regimes de visibilidade pública nessa direção não acontecem apenas pelas mídias tradicionais, mas também através de uma comunicação instantânea, simultânea e real, configurando os contornos que caracterizam os processos de midiaticização contemporânea (STASIAK, 2010).

## **2. Os blogs e seu papel relevante na sociedade midiaticizada**

De acordo com Paiva (2009), o blog é uma modalidade de diário; espécie de agenda eletrônica; estilo de comunicação pós-massiva; retorno e atualização da comunicação epistolar; narrativa minimalista de caráter interativo; registro cotidiano das ocorrências. O mesmo autor defende que seu uso como dispositivo estratégico permite aos internautas, usuários e cidadãos se comunicarem por meio de uma mídia digital interativa que distingue uma nova concepção de espaço público.

Como instrumento de disseminação informativa diversificada, a criação de blogs permitiu aos indivíduos a possibilidade de terem um papel mais ativo no processo de circulação da informação (COSTA, 2005). Os blogs, em seu contexto midiático, possuem um aspecto móvel, dinâmico, minimalista, promovendo uma nova concepção na prática de elaboração de registros diários. Os blogueiros são pessoas das mais diversas profissões, a exemplo de escritores, jornalistas, artistas, interagindo no contexto da sociedade

mediatizada a partir da divulgação de seus pensamentos. A blogosfera é o espaço onde ocorrem todas as interações nessa ambiência (PAIVA, 2009). Além disso, o blog se caracteriza como uma espécie de diário que permite a sua fácil atualização e uma postura de proximidade entre seus produtores e leitores (TELES; PATROCLO, 2012).

Numa abordagem pertinente sobre a temática, Primo (2008) apresenta uma análise de blogs com 16 definições distintas. Dentre as formas que o autor descreve, os blogs aqui selecionados podem ser classificados como do tipo “Profissional reflexivo”, porque têm uma autoria definida:

Blog individual, marcado pelas opiniões e críticas que publica sobre temas relativos à área de atuação do profissional. Blogs de jornalistas que focam determinado tema (que discutem futebol ou política, por exemplo), o que se aproxima da prática de colunismo/articulismo de jornais e revistas, são também exemplares deste gênero. Vale lembrar que análises críticas de especialistas em determinado segmento, mesmo que sem certificação universitária, e/ou de probloggers, fazem parte deste tipo de blogs. Incluem-se neste gênero, também, os blogs com textos e imagens humorísticas de autoria de probloggers (PRIMO, 2008, p. 6).

A forma como a religião é expressa em blogs merece destaque, devido à direção dada aos textos, uma vez que, na maioria dos casos, são ideias direcionadas ao público de fiéis da igreja ou doutrina, com o objetivo de difundir conceitos relacionados aos preceitos e crenças. É necessário ressaltar que a audiência de blogs no país é de cerca de 60 milhões de pessoas, sendo que o perfil de leitores no Brasil abarca, na sua maioria mulheres (59%), com faixa etária de 18 a 24 anos, sendo que mais de 55% tem ensino superior completo (Boo box, 2011). Os blogs são, junto com os games, os chats e os softwares sociais, um dos fenômenos mais populares da cibercultura, criados para os mais diversos fins, refletindo um desejo reprimido pela cultura de massa: o de ser ator na emissão, na produção de conteúdo e na partilha de experiências (LEMOS, 2009).

### **3. Análise estrutural dos Blogs**

Antes de apresentarmos as observações dos blogs, ressaltamos que as diversas crenças possuem um componente intelectual: os adeptos de qualquer fé têm noções bem definidas sobre a divindade que seguem e o sentido que lhe atribuem. É isso, na verdade, que origina as doutrinas e define seus seguidores. Os mitos e os ritos compõem as cerimônias, que significam os encontros entre os fiéis e expressam os costumes cultivados por cada crença. Como resultado, as crenças formam conjuntos de irmandades: os seguidores partilham suas estruturas, regulamentam seus líderes, debatem seus livros de orações e preceitos. A experiência individual ou coletiva, por sua vez, implica a capacidade afetiva e emotiva que cerca as diferentes crenças: “nenhuma religião é vinculada apenas ao intelecto, pois todas envolvem as sensibilidades de seus seguidores (músicas, textos, imagens, esculturas, pinturas, rituais que evocam emoções)” (GAARDER; HELLERN; NOTAKER; 2005, p. 37). Nesse sentido, e excluindo-se as análises científicas de diversos conteúdos doutrinários para fins de pesquisa, entendemos que o ato de buscar ou selecionar os blogs já aponta a afinidade que o indivíduo manifesta com determinadas vertentes religiosas. Ainda que esse processo de selecionar os conteúdos seja movido por curiosidade ou desejo de informação.

Assim, feitas essas considerações, destacamos que o *corpus* deste artigo, que busca verificar essas plataformas na disseminação de ideias religiosas, é composto por três blogs. Definimos as seguintes vertentes para esta seleção: católica, neopentecostal e espírita, uma vez que entendemos que estas possuem expressivo número de adeptos e apresentam relevante expansão na sociedade, sobretudo devido à visibilidade alcançada pela mídia (o espiritismo, por exemplo, é tema de filmes e novelas de grande sucesso). As ilustrações apontam o aspecto visual de cada um, auxiliando na compreensão de suas finalidades temáticas.

O exemplo católico escolhido é o “Blog do Pai Eterno”, cuja autoria é atribuída ao Padre Robson de Oliveira Pereira, contendo as credenciais do responsável: Missionário Redentorista, Reitor da Basílica de Trindade e Mestre em Teologia Moral pela Universidade do Vaticano. Está disponível no endereço eletrônico <http://blog.paieterno.com.br/>. (Figura 1)



**Figura 1: Layout do blog do Pai Eterno**

O “Blog do Bispo Edir Macedo” é administrado pelo mentor da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), com acesso no endereço eletrônico <http://www.bispomacedo.com.br/>. (Figura 2)



**Figura 2: Layout do blog do Bispo Edir Macêdo**

O último é denominado “Doutrina Espírita, espiritismo”, administrado por Jeanne Geyer, militante e expositora espírita. Está disponível no endereço eletrônico <http://conscienciaevida.blogspot.com.br/> (Figura 3).



**Figura 3: Layout do blog Doutrina Espírita, Espiritismo**

A estrutura geral dos três se assemelha no tocante à apresentação das informações doutrinárias e à possibilidade de participação dos leitores na sessão destinada aos comentários. Os responsáveis também disponibilizam seus contatos em redes sociais, tais como facebook e twitter, para ampliar o diálogo com o público. Esta é uma opção muito explorada, principalmente no “Blog do Bispo Edir Macedo”, único que oferece o compartilhamento dos textos em outras redes, como Orkut, Twitter e Facebook, além do envio de questões ou comentários por e-mail através de itens disponíveis no “menu” interativo.

No primeiro, “Blog do Bispo Edir Macedo”, registramos uma modificação da estrutura geral e na forma como este se encontra aberto às interações do público. O *layout* atual foi alvo do trabalho de Sanchotene (2011), que descreveu os aspectos de sua configuração. Nesta análise, o blog continha informações que não se encontram presentes atualmente, tais como a biografia do autor, uma galeria de fotos, um *podcast* e uma galeria de vídeos. Silva (2012) enfatiza a reclusão midiática que o bispo Edir Macêdo tenta impor a si, utilizando os canais de mídia digital como principal forma de contato com os fiéis, sem impor a sua presença nos programas veiculados pela Rede Record, emissora de sua propriedade. Na mídia televisiva, outros pastores apresentam os programas e desempenham o papel de líderes espirituais à distância, a exemplo do que ocorre no “*Fala que eu te escuto*”.

O blog da IURD e o “Blog do Pai Eterno” têm como característica essencial uma miscelânea de textos que tentam comentar/explicar notícias do cotidiano ou tratar de temas em evidência na mídia. As questões são discutidas à luz dos ensinamentos bíblicos,

havendo, em grande número de textos, uma discussão do assunto referenciada por um versículo e sua posterior relação com a doutrina neopentecostal. Como em texto que trata sobre sacrifícios no cotidiano, reescrito *ipsis literis* abaixo:

“É o sacrifício que mantém a fé acesa, constantemente. Por isso, Abraão estava sempre pronto para obedecer à voz de Deus. A sua fé era inabalável e incontestável porque ele estava sempre apresentando SACRIFÍCIOS para Deus.” (acesso em 10 de junho de 2012)

“Exatamente como foi Abraão, devemos ser todos nós. Porque somente assim evidenciaremos a luz do Altíssimo e seremos a própria bênção, isto é, geradores de bênçãos, conforme Gênesis 12.2.” (acesso em 10 de junho de 2012)

O blog do bispo Edir Macêdo inova na inclusão de vídeos com depoimentos e conselhos, além das mensagens religiosas aos fiéis. Os leitores participam da construção das ideias, uma vez que há um processo de corroboração dos ensinamentos sobre o tema a partir do compartilhamento de testemunhos e meditações, também acrescentando citações bíblicas ao texto.

O blog “Doutrina espírita, espiritismo” tem uma estrutura semelhante à apresentada pelos demais blogs, porém se diferencia dos outros por apresentar fragmentos de textos presentes em livros da doutrina, ou ideias de outros pensadores, na maioria das vezes trazendo também o ponto de vista da autora sobre os textos expostos. De maneira geral, mostra discussões sobre o espiritismo e as formas como a doutrina se aplica a diferentes âmbitos da vida dos leitores – aumentar a discussão.

Um ponto importante a se verificar ao analisar os blogs como instrumento de midiatização é a abrangência da informação divulgada, enquanto processo transformador capaz de gerar um novo ambiente do “ser e estar” religioso, articulado com o campo comunicacional (SILVA, 2012). Considerando os limites deste artigo, não nos foi possível, neste momento, averiguar essa abrangência, uma vez que nenhum dos blogs disponibiliza dispositivos para a contagem de visitantes. O que pode sinalizar a interação é o número de comentários após cada texto.

Este trabalho demanda muito tempo, porém, ao realizarmos uma observação preliminar nas cinco primeiras páginas dos blogs citados, no dia 31 de maio de 2012, verificamos que a maior média de comentários ocorre no “Blog do Bispo Edir Macedo”.

Torna-se necessário ressaltar que esse dado não é suficiente para atestar o índice de visibilidade, uma vez que é do conhecimento do senso comum que nem todos os leitores têm o hábito de tecer opiniões sobre os textos.

Outro ponto observado é que os blogs representativos da IURD e da igreja católica têm como escritores principais líderes religiosos, sendo a maior parte dos comentários não relacionados ao conteúdo doutrinário, mas como uma forma de contato ou aconselhamento com o líder da igreja. Esse aspecto sinaliza que a sociedade atual, que transita entre várias vertentes alternando ou negando seus pertencimentos religiosos, necessita de escuta afetiva; procura esses mecanismos não apenas para se informar, mas sobretudo para trocar ideias, minimizar suas dúvidas, ou simplesmente falar sobre questões que lhe preocupam. Para Burity (2005), vivenciamos um paradigma de religiosidade profundamente afetado pela ruptura das tradições acompanhado de uma crise do pertencimento institucional de matriz religiosa.

Trata-se de uma época de mutação, marcada pela liberdade de crença e de pensamento, influenciada pela descartabilidade das escolhas dos grupos sociais. Momento histórico em que o pluralismo religioso gera a solidão e a carência ao mesmo tempo em que acena com a perspectiva de assimilação de novas experiências espirituais, trazendo de volta a dimensão emocional da fé, atrelada à exteriorização das práticas, a ausência de fé, ou a evidência da diluição de qualquer crença. Neste sentido, entendemos que os blogs podem ampliar o vínculo com a religião entre diferentes atores sociais, que buscam nesses espaços de interação uma perspectiva de conhecimento de si a partir do conhecimento de uma dada denominação religiosa.

O blog espírita se diferencia dos demais, apresentando comentários de cunho discursivo acerca dos temas abordados. Para Hall (2004), a polissemia midiática pode provocar construções identitárias que influenciam tanto os nossos pensamentos, quanto os nossos pertencimentos e nossas concepções de nós mesmos. Torna-se válido entender como essas influências incidem sobre nossos desejos de comunicação e como as ferramentas da internet articulam o espaço da religião para tais intenções e propósitos. Quais os diferentes sentidos do divino expressos pelos blogs? Que tipo de internauta procura conteúdos de natureza religiosa? Esses questionamentos instigam o aprofundamento da temática através de uma pesquisa que busque uma aproximação com esse novo cenário. A revisão de literatura desenvolvida e a análise dos blogs aqui apresentadas são apenas os passos iniciais

desta empreitada científica que focaliza os processos de midiaticização dos diálogos religiosos em tempos de ruptura de fronteiras gerada pela internet.

### **Considerações finais**

O estudo evidencia que a religião atua hoje como representante iconográfico de pertencimentos baseados nas crenças individuais, e não mais na herança cultural, uma vez que a cultura globalizada do presente enfraqueceu a religião recebida por herança (MOREIRA, 2011). A própria noção de fé muda substancialmente na medida em que sua ambiência deixa de ser estruturada pela simbólica do campo religioso, passando a ser permeada agora pelo simbolismo da *cultura das mídias*. Este novo *lócus* - o da mídia - proporciona processos de ajuntamentos dos fiéis em torno de uma espécie de comunidade múltipla (através de diversos dispositivos) na qual se vive de modo intenso e peculiar, criando um modo particular de fazer religião inspirado nos "gêneros", estilos e linguagens das mídias (FAUSTO NETO, 2008). Para o autor, fatores distintos, que foram aqui mencionados, justificam a importância que tem o campo midiático em processos de influência pelos quais são desenhadas múltiplas estratégias de construção de novas formas de religiosidades. Esse cenário abre as condições para que o instrumento interativo blog demonstre sua representatividade simbólica e prática na disseminação de ideias de diversas denominações religiosas, informando de maneira diferenciada ou retratando pressupostos doutrinários, sem seguir os critérios de produção noticiosa comuns aos veículos formais de comunicação. Nesses espaços livres e diferenciados, os internautas, com ou sem pertencimento religioso, deixam de ser receptores passivos, avaliando os textos publicados e (re)alimentando a proposta que originou esses blogs.

## Referências

BOO-BOX, Características da audiência dos Blogs no Brasil no primeiro trimestre de 2011, Disponível em <http://blog.boo-box.com/br/2011/caracteristicas-da-audiencia-dos-blogs-no-brasil-no-primeiro-trimestre-de-2011/>, com acesso em 29 de maio de 2012.

BRIGGS, M. **Jornalismo 2.0. Como sobreviver e prosperar**. On-line, 2008. BUCCI, Eugênio. Entrevistado por CASSOL, Daniel e BOFF, Felipe. Série Jornalismo Público. São Leopoldo. Out. 2008. Disponível em: <http://knightcenter.utexas.edu/journalism20.php>. Acesso em: 6 de junho de 2012.

BURITY, J. A.. **Mídia e religião: os espectros continuam a rondar**. Revista Com Ciência, nº 65, Maio, 2005.

COSTA, C. **Educação, imagens e mídia**. São Paulo: Cortez, 2005.

FAUSTO NETO, A. **Midiatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.

GAARDER, Jostein; HELLERN, Victor; NOTAKER, Henry. **O livro das religiões**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

GASPARETTO, P.R. **TV Canção Nova e a midiatização neodevocional**. Unirevista. Vol.1n nº3, 2006, ISSN 1809-4561

GOMES, P.G. **Midiatização e Processos sociais na América Latina**. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008, Natal – Rio Grande do Norte.

\_\_\_\_\_. O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas socio-simbólicas na contemporaneidade e relação mídia e religião. In: NETO, A.F.; GOMES, P.G.; BRAGA, J.L.; FERREIRA, J. (Orgs.) **Midiatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008. P. 17-30.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

MOREIRA, A.S. Religião, transformações culturais e globalização. In: OLIVEIRA, I.D.; REIMER, I.R.; SOUZA, S.D. **Religião, transformações culturais e globalização**. Goiania: Editora da PUC Goiás. 2011.

NASCIMENTO, R.N.A. **Horas “abençoadas”: o processo de midiatização e espetacularização religiosa na TV Record**. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife – Pernambuco

PAIVA, C.C. **Os blogs e outras narrativas do ciberespaço**. In: SOSTER, D.A.; SILVA, F.F. **Metamorfoses Jornalísticas 2 - A reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2009.

PRIMO, A. **Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa.** In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2008, Natal. Anais, 2008.

SANCHOTENE, C.R.S. **Midiatização da Religião no Blog do Bispo Edir Macêdo: A circulação entre a Produção e a Recepção.** In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2011, Maceió - Alagoas.

SILVA, O.R.N. **A igreja midiática: uma análise da Igreja Universal do Reino de Deus on-line.** Revista Temática, Ano III, n.04, 2012. ISSN 1807-8931

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis: Vozes, 2002.

STASIAK, D. **Sociedade midiaticizada e convergência tecnológica: as afetações do Campo dos *media* na contemporaneidade.** In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2010, Goiânia – Goiás

STEIL, C. A.. **Oferta simbólica e mercado religioso na sociedade global.** In: MOREIRA, A.da S.; DIAS, I. (orgs.). **O futuro da religião na sociedade global: uma perspectiva multicultural.** São Paulo: Paulinas, 2008.

TELLES, C. S.; PATROCLO, L. B. **O Ensino de História e as Tecnologias de Informação e Comunicação: O Estudo da Religiosidade Colonial Brasileira Através da Construção de um Blog.** Democratizar, v. VI, n. 1, jan./jul. 2012.