



O ADVENTO DA CIBERCULTURA GLOBALIZAÇÃO, CRESCIMENTO TECNOLÓGICO E MIDIATIZAÇÃO RELIGIOSA

Sidnei Budke¹

Resumo:

A religião cristã experimenta um novo cenário, uma nova era, uma transição descrita através de múltiplas formas: "a era da globalização", "a era da informação", "a era do network", "a era da mídia". Restringindo-nos a um cenário de globalização, de diluição de fronteiras geográficas e culturais, e de amplo crescimento tecnológico, conclui-se uma nova hermenêutica no pensamento teológico: a midiatização da religiosidade humana.

Palavras-chave: Cibercultura. Globalização. Midiatização Religiosa.

1 – GLOBALIZAÇÃO ECONÔMICA E TECNOLÓGICA

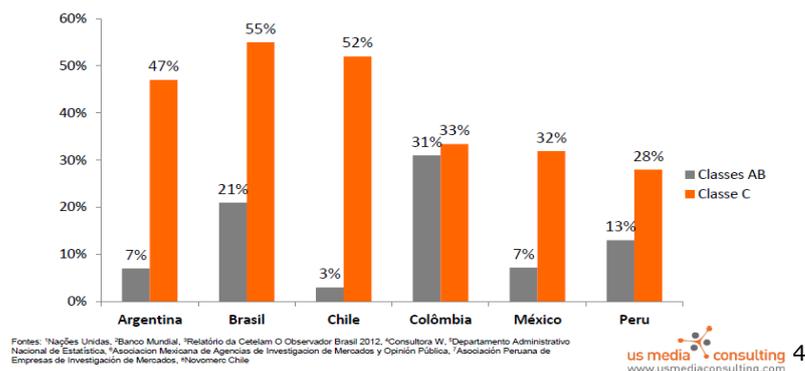
A globalização, evidentemente, é um processo de internacionalização econômica. Ao passo que as economias e as culturas das diversas sociedades entram em um intenso diálogo, o desenvolvimento ou compartilhamento de novas tecnologias são idealizadas para fomentar e ampliar os mecanismos de comunicação. Morris considera as tecnologias uma característica evidente deste cenário e do processo econômico que a sociedade global vivência nas relações humanas e comerciais.² O panorama social da America Latina apresenta

¹ Sidnei Budke é bacharel em Teologia pela Faculdades EST, São Leopoldo, RS. Atualmente, integra o PPG em Teologia na mesma instituição. Bolsista do Conselho Nacional de Pesquisa Científica – CNPQ. É ministro religioso ordenado da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil e dedica-se a temática Mídia & Religião há oito anos. Estudos interculturais e interdisciplinares nas instituições Wartburg Theological Seminary, Northwest Community College e Valley Community College, Estados Unidos. Grupo de pesquisa na rede virtual: <http://digitalreligion.tamu.edu/users/sidnei-budke>.

² MORRIS, Benjamin. *The process of globalization and new technologies*. London: Cellut, 2010. p. 7

um cenário em constantes transformações decorrentes dos processos econômicos e tecnológicos. A *Us Media Consulting* divulgou uma consulta sobre o crescimento significativo da classe C nas sociedades latino-americanas. A classe C é uma das principais impulsionadoras ao aderir plenamente aos meios tecnológicos. No Brasil mais de 50 milhões de pessoas ingressam na classe C e aumentam significativamente o consumo das tecnologias entre os brasileiros.³

ATUALMENTE, A CLASSE MÉDIA DA AMÉRICA LATINA (CLASSE C) REPRESENTA UMA PARCELA SIGNIFICATIVA DA POPULAÇÃO EM DIVERSOS MERCADOS-CHAVE.



Em 2011, 105 milhões de brasileiros pertenciam à classe C, equivalente a 55% da população. Em 2011 esse percentual populacional gastou 1,089 trilhões de reais. O crescimento econômico entre brasileiros expande o mercado tecnológico. O sonho de um notebook, ipad, celular com internet é alcançado em um número considerável de domicílios brasileiros. A produção tecnológica no mercado latino cresceu e conseguiu preços mais competitivos. No passado era comum importar produtos eletrônicos do exterior devido aos altos preços dos nacionais. Ainda existem diferenças nas taxas de comercialização, mas com um percentual bastante inferior de outras épocas. A globalização expandiu as indústrias

³ Us Media Consulting. *O Mercado de Mídia na América Latina 2013*. São Paulo: US Media Consulting, 2013. p. 5. Disponível em: www.usmediaconsulting.com. Acesso em: 05 jun. 2013.

* Estabelecida em 2003, a US Media Consulting é uma empresa líder na prestação de serviços de mídia, especializada em ajudar clientes a alcançar mercados no Brasil, na América Latina e na comunidade hispânica dos Estados Unidos.

⁴ US Media Consulting, p. 05.

tecnológicas, a comercialização de equipamentos eletrônicos e universalizou a informação.⁵

O avanço econômico das sociedades latino-americanas permite uma abertura das tecnologias aos contextos historicamente desfavorecidos. Ao caminhar na rua ou participar de um curso as pessoas demonstram estar habituadas ao uso cotidiano dos equipamentos eletrônicos. Os serviços de atendimento em um banco, por exemplo, cada vez estão mais informatizados. O crescimento tecnológico também contribui às novas projeções midiáticas nos diversos meios de comunicação. As mídias não são fenômenos isolados ou unitários elas são dependentes de recursos econômicos e tecnológicos. Uma sociedade com um lento progresso econômico acaba impossibilitada de integrar o mercado tecnológico.

1.1 – Do crescimento tecnológico ao consumo midiático

O fortalecimento econômico das sociedades latino-americanas acelerou o crescimento midiático através dos mais distintos meios de comunicação, como o rádio, a televisão e, principalmente, a internet. O rádio representa um dos principais meios de projeção e interação midiática. A TV por assinatura disponibilizando opções diferenciadas de entretenimento midiático surge como alternativa, um ambiente de comunicação que se destaca pelos canais temáticos e em plena concorrência com a TV aberta. A internet através das inúmeras páginas no ciberespaço ultrapassa as mídias tradicionais como jornais e revistas em um curto período de existência. Em países como México e Colômbia a internet atinge proporções midiáticas semelhantes ao rádio. A tabela abaixo descreve este cenário.⁶

⁵ US Media Consulting, p. 05.

⁶ US Media Consulting, p. 9.

TV, PUBLICIDADE EXTERIOR (OUT-OF-HOME) E RÁDIO TÊM A MAIOR PENETRAÇÃO EM MUITOS PAÍSES LATINO-AMERICANOS... MAS A INTERNET CRESCE EXPRESSIVAMENTE.

Penetração por tipo de mídia, 2011

	TV aberta	TV por assinatura	Rádio	Jornais	Revistas	Publicidade exterior	Internet
Argentina	95%	71%	68%	43%	21%	91%	54%
Brasil	97%	35%	76%	34%	40%	86%	44%
Chile	99%	60%	73%	48%	35%	90%	64%
Colômbia	94%	78%	68%	39%	32%	91%	63%
Costa Rica	97%	58%	77%	81%	13%	94%	41%
Equador	98%	24%	80%	65%	41%	99%	55%
Guatemala	85%	63%	86%	74%	8%	99%	26%
México	97%	36%	54%	27%	27%	98%	48%
Panamá	94%	50%	62%	69%	12%	70%	51%
Peru	98%	64%	84%	69%	23%	100%	60%
Porto Rico	87%	54%	84%	73%	22%	97%	44%

Fonte: IBOPE Media Book 2012

us media consulting
www.usmediaconsulting.com

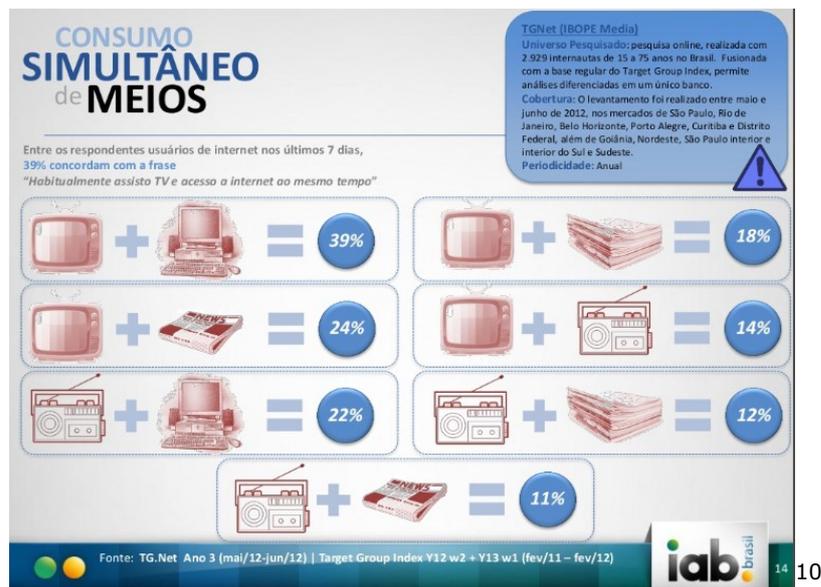
7

O avanço econômico na América Latina trouxe um campo fértil ao mercado tecnológico e midiático. Centenas de agências de publicidade buscam adaptar-se ao novo cenário midiático e atender uma sociedade em transformação social.⁸ A IAB (Interactive Advertising Bureau) instituição especializada no segmento das tecnologias digitais enfatiza o crescimento da inclusão digital e o consumo simultâneo dos meios midiáticos. A internet é classificada como o ambiente de uso simultâneo de maior concorrência com a TV Aberta na pesquisa realizada com pessoas de 15 a 75 anos. Os internautas caracterizam-se pelo uso simultâneo de mídias.⁹

⁷ US Media Consulting, p 9.

⁸ WERZBITZKI, João José. *Publicitar, uma nova visão da publicidade: muito, muito mais, que criar e veicular anúncios*. São Paulo: Qualit e Mania. P. 27-28.

⁹ IAB Brasil. *Indicadores de Mercado Online: metas de audiência e pesquisa de mercado*. São Paulo, 2012. P. 14. Disponível em: <http://www.slideshare.net/fullscreen/comunicacaoiab/indicadores-mercado-online/14>. Acesso: 12 de mai. 2013.



As mídias que operam tradicionalmente no segmento de TV aberta como a Rede Globo de Televisão ampliam sua participação midiática no ciberespaço. É possível assistir a programação da emissora carioca em qualquer parte do mundo através do seu website. A ampliação dos serviços televisivos ao ciberespaço não é, unicamente, uma fidelização de público. Há uma necessidade na diversificação das propostas em uma sociedade que consome simultaneamente diferentes canais midiáticos.¹¹

As emissoras de televisão conforme destaca estudos da IAB não estão entre os ambientes midiáticos mais acessados no ciberespaço. A internet possui uma dinâmica diferenciada e permite além da recepção de imagens como ocorre na TV aberta, uma interação instantânea entre usuários do ciberespaço. Os ambientes digitais mais acessados são os que permitem maior interatividade e conectividade, como sites de relacionamento, comunidades virtuais, blogs e fóruns de discussão. Assim como as emissoras de televisão buscam "garantir" seu espaço na era da cibernética, um movimento semelhante ocorre com os jornais e as rádios. Ampla maioria dos jornais publica conteúdo online e amplia ouvidorias virtuais. As rádios disponibilizam virtualmente sua programação numa abrangência sem limites geográficos possibilitando que uma pessoa ouça a

¹⁰ IAB Brasil, p. 14.

¹¹ CABRAL, Eula D. Taveira. *Mídia brasileira exige lances certos*. São Paulo: Informativo Eletrônico SETE PONTOS. P. 1.

rádio preferida em qualquer parte do planeta desde que obtenha acesso digital. Relaciona-se a seguir o ranking e o perfil do internauta a partir de suas buscas no ciberespaço.



A soma das buscas na escala da segunda a décima posição totaliza 26,84%. As redes sociais e os fóruns mantêm, ainda assim, a primeira posição com 30,13%. Os internautas buscam conteúdo multimídia, jogos, blogs, sites pessoais, veículos de massa (notícias) antecedendo meios como a televisão. A continuidade deste percentual pode significar um novo cenário midiático ao passo que a comercialização de tecnologias como os *smartphones* (conectados a internet) alcançam as classes sociais mais desfavorecidas ou, principalmente, a nova classe média. O mercado publicitário no passado restrito as mídias tradicionais (rádio, jornal e TV aberta) têm realizado altos investimentos na compreensão do ciberespaço.¹³

A TV aberta em anos consecutivos canaliza o maior percentual de investimentos econômicos e publicitários. A TV aberta, sem dúvida, é uma realidade presente na maior parte dos lares brasileiros e cobre 90% do território nacional. A produção de novelas, seriados e filmes recebe um número considerável de patrocinadores. A produção de programas religiosos é outro fator economicamente viável. A TV Bandeirantes obteve altos lucros com o segmento evangélico. Conforme notícia vinculada no

¹² IAB Brasil. p. 14

¹³ IAB Brasil, p. 14

portal *If Tv* de um faturamento de 900 milhões de reais, estima-se que 250 milhões de reais provém das mídias evangélicas.¹⁴

A internet, por sua vez, é um ambiente midiático independente e não está subordinada aos patrocinadores. No entanto, os milhares meios de comunicação presentes no ciberespaço resultam em investimentos publicitários superiores ao rádio e outras mídias. Raul Avila, jornalista e diretor da Associação de Rádios Argentinas, acredita que muitas emissoras de rádio não sobrevivem às transformações midiáticas na era cibernética. A tabela abaixo demonstra a perda publicitária do rádio em virtude do crescimento de outras mídias. A internet é notória por ser um ambiente que congrega as demais mídias sem perder suas particularidades.¹⁵



2 - A INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS NA HUMANIDADE

A sociedade ocidental identifica profundas transformações sociais a partir da globalização, do crescimento econômico e tecnológico. Até que ponto tais transformações sociais afetam o comportamento da

¹⁴ Lucro Milionário da Tv band vem das Igrejas Evangélicas. Disponível em: <http://portaliftv.wordpress.com/2013/04/30/lucro-milionario-da-tv-band-vem-das-igrejas-evangelicas/>. Acesso 1 de Jul. 2013.

¹⁵ CASTRO, M.L.D. *Televisão e publicidade: ações convergentes*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005. Rio de Janeiro. Anais. São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

¹⁶ Us Media Consulting, p. 15.

humanidade é o *conflito* de várias publicações e artigos científicos. A humanidade é o conjunto de características distintas inerentes, incluindo a forma de pensar, sentir e agir, que todos seres humanos compartilham em suas ações diárias. Em uma época de vasto crescimento tecnológico e de uma sociedade amplamente midiaticizada, deve-se considerar o fator que as tecnologias alteram a forma como cada ser humano pensa, sente e age? A humanidade está influenciado as tecnologias ou as tecnologias estão influenciado a humanidade? ¹⁷

O fenomenal desenvolvimento das invenções tecnológicas fez com que a fotografia, o telegráfo, telefone, rádio, TV, vídeo, fax, computadores, satélites e outros meios de comunicação transformassem a forma em que se dão as comunicações. Essa evolução criou uma rede cada vez mais entrelaçada, cujos intrincados capilares eletrônicos permeiam sociedades que em outros tempos estavam separadas, autônomas, isoladas, tornando-as interconscientes e interdependentes (de forma não equitativa). Importante característica da globalização é a comunicação instantânea cobrindo distâncias que em outras épocas implicavam grandes demoras e incertezas entre o envio e a recepção de mensagens. Ao mesmo tempo, a evolução do sistema de transportes, política, turismo e educação tornam as pessoas cada vez mais conscientes além do mundo que se acha além daquele meio em que vivem e se criam. ¹⁸

Na pós-modernidade novas tecnologias sociais integram o cotidiano humano. A comunicação não se resume aos ambientes de trabalho, da família ou de uma comunidade local. A comunicação ultrapassa os limites geográficos e contextuais das sociedades e culturas do planeta. O facebook, por exemplo, é uma tecnologia social que reúne mais de 901 milhões de pessoas em finalidades múltiplas. A humanidade experimenta a conectividade com a rede humana como nunca antes na história. A influência das novas tecnologias afetam direta ou indiretamente todos os setores da sociedade, na esfera pública ou privada, online ou offline. ¹⁹

¹⁷ STASIAK, Daiana. *A sociedade midiaticizada: sociedade midiaticizada e convergência tecnológica: as afetações do Campo dos media na contemporaneidade*. Trabalho apresentado no DT 5 - Comunicação Multimídia do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 27 a 29 de maio de 2010 na cidade de Goiania, GO. p. 1-9.

¹⁸ ARTHUR, Chris. *A globalização das comunicações: algumas implicações religiosas*. São Leopoldo: Sinodal. 2000. P. 08.

¹⁹ ALLEN, Scott (org). *The emergence of the relationship economy: the new order of things to come*. New York: Happy About. 2008. P. 166-169.

A interferência das novas tecnologias no comportamento humano altera os padrões da sociedade, dos modelos empresariais, das teorias organizacionais, do sistema de crenças e dos valores humanos. O significado dessas interferências é ainda um processo em pleno desenvolvimento. O que se percebe na superfície dos debates são resultados a curto prazo. A humanidade se esforça para entender as mudanças emergentes em que ela mesma se insere, conseqüentemente, também a religião busca compreender os processos de midiaticização.²⁰

2.1 - A Teologia e o cenário midiático

A Teologia contempla a midiaticização da sociedade contemporânea e, especialmente, a distribuição do conteúdo religioso nos diversos ambientes midiáticos, a experiência da fé, os símbolos e os rituais sagrados *ressignificados e metamorfoseados* pelo uso das tecnologias digitais.²¹ Os fenômenos decorrentes da cibercultura e dos avanços tecnológicos não estão restritos aos pesquisadores dos cursos das ciências da comunicação, do marketing ou da publicidade. A Teologia observa que a humanidade almeja o progresso tecnológico, comunicacional e procura conhecer os desafios, as oportunidades, bem como as “teologias” (reflexões sobre Deus) da interface mídia e religião. A Teologia precisa buscar seu espaço, relevância e interdisciplinaridade nos estudos que se apropriam da metafísica, da religiosidade humana e do transcendente em tempos de midiaticização.

Karl Barth um dos teólogos protestantes mais conhecidos do século XX e integrante da chamada “teologia dialética” apontou para o debate teológico na esfera pública em sua famosa frase: “é preciso segurar numa mão a Bíblia e na outra o jornal”. O diálogo público entre o livro sagrado e os meios de comunicação possibilita aos cristãos uma contextualização do testemunho e da mensagem cristã diante das transformações sociais. A

²⁰ BIAGI, S. *Media Impact: An Introduction to Mass Media*. Canada: Thompson Wadsworth. 2005. P. 12-18.

²¹ BARDELOTTO, Moisés. “E o Verbo se fez bit”: *Uma análise da experiência religiosa na internet*. Cadernos IHU, São Leopoldo, ano 9, nº. 35, 2011. P. 47. Disponível em: <http://migre.me/9bpm3>. Acesso em: 1 de Jul. 2013.

ausência de uma contextualização, por vezes, inibe as religiões a uma participação efetiva nessas discussões. Parafraseando Barth, na *idade mídia*, não seria contraditório afirmar a necessidade de segurar *numa mão a Bíblia e em outra um notebook* (tecnologias de acesso à rede digital). A velocidade das informações disponíveis no universo da cibernética insere o testemunho cristão em uma nova ambiência de comunicação humana e religiosa.²²

Os avanços tecnológicos proporcionam novos canais e vínculos religiosos diferenciados em termos de comunicação. O sentido da comunicação, usualmente, é empregado para definir a conexão entre formas de expressão social, independente das distâncias entre comunicador e receptor. Importantes estudos foram realizados por McLuhan, teórico da comunicação, ao descrever as tecnologias como extensões do ser humano para continuar evoluindo e buscar maior *praticidade, especialidade e velocidade*. Na história assim ocorreu com a escrita, o telegráfo, o telefone e a televisão. Os estudos de McLuhan não aprofundaram as tecnologias de rede digital como a internet, o ciberespaço, mas são notórios na percepção futura destes mecanismos e na evolução da comunicação humana.²³

A sociedade não apenas acompanha essa evolução, mas evolui juntamente. As formas religiosas, neste aspecto, também sofrem impacto pelos fatores da aceleração e pelo progresso tecnológico. A ligação da religião com os ambientes tecnológicos viabiliza novos envolvimento e novas organizações. Uma nova tecnologia, de certa forma, gera um novo ser humano em seu estilo de pensar e criar, assim as evoluções tecnológicas ao passo que criam um novo ser humano permitem novas ambiências de viver a fé e a comunhão com Deus.

Na reflexão teológica um erro bastante comum é pensar o cristianismo desvinculadamente do cenário tecnológico. Inúmeras

²² Frases de Barth (quotes by Barth). Disponível em: http://ptsem.edu/Library/index.aspx?menu1_id=6907&menu2_id=6904&id=8450. Acesso em: 21 de Jun de 2013.

²³ MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 5. Ed. São Paulo: Cultrix, 2001. P. 108-109.

denominações cristãs fazem uso constante da televisão, do rádio, e, principalmente, do ciberespaço. Ainda assim, leituras equivocadas ou superficiais são difundidas. Há líderes religiosos denegrindo mídias sociais como facebook e, ao mesmo tempo, participando ativamente delas. Obviamente que o senso crítico é fundamental. Participar de uma mídia social não significa necessariamente abdicar da criticidade. No entanto, a criticidade de qualquer indivíduo (ou organização) precisa observar os indícios da contradição. O cristianismo é uma religião midiaticizada pelas novas tecnologias e, gradativamente, torna-se mais e mais dependente destes recursos. Perder este horizonte ou não buscar compreendê-lo é “dar às costas” a um fenômeno global.

2.2 Igrejas cristãs e os processos tecnológicos

O ciberespaço é o ambiente mais propício para integrar a diversidade religiosa do planeta. Há um vínculo evidente entre a religião e as novas tecnologias. Mídias sociais (Facebook, Twitter) registram um número incalculável de comunidades religiosas. Lamentavelmente outras preocupações são decorrentes deste entrosamento, diversas páginas registram uma espécie de *bulling religioso* que começa no virtual ao alcance do real. O ciberespaço, tornou-se um ambiente de paz ou de guerra ao introduzir uma tecnologia que estimula o contato com a diversidade religiosa do mundo em tempo real, um espaço para pensamentos distintos onde cada indivíduo é uma espécie de *mídia*.²⁴

No ciberespaço a idéia de controle não é eficaz como no rádio e na televisão. Ao contrário de uma emissora de televisão ou de rádio é impossível acompanhar o conteúdo socializado e a proliferação do mesmo em diferentes canais. Os valores éticos são determinantes no uso de qualquer tipo de mídia. Identifica-se, no ciberespaço elementos da tradição cristã como o livre-arbítrio e a corresponsabilidade de cada

²⁴ Intolerância religiosa é crime. Disponível em:
<http://www12.senado.gov.br/noticias/jornal/edicoes/2013/04/16/intolerancia-religiosa-e-crime-de-odio-e-fere-a-dignidade>. Acesso em: 1 de Jul. 2013.

integrante ao participar de uma rede, de uma comunidade. Os organismos governamentais tendem ao desejo de criar leis mais específicas, critérios de navegação e de compartilhamento de informações no ciberespaço.²⁵

O cristianismo procura estimular uma reflexão na sociedade contemporânea para aprimorar um entendimento ético e uso responsável das tecnologias. Assuntos que violam os direitos humanos como a intolerância religiosa ou o bullying virtual devem ser observados com cuidado. O ciberespaço é uma ambiência extremamente útil na comunicação e na valorização da diversidade humana do planeta. Além disso, cresce os questionamentos quanto a pouca percepção ecológica que a tecnologia industrial e, em menor proporção, também a tecnologia digital trouxe ao progresso humano.²⁶

No contexto da cibercultura não se observa somente os aspectos das mídias sociais. O crescimento das tecnologias de comunicação não são fenômenos isolados. A cultura tecnológica abrange distintas áreas da vida humana numa interconectividade de valores.²⁷ A teologia cristã é favorável ao progresso tecnológico enquanto este não limita ou agride a vida humana. Uma das reivindicações mais consistentes do cristianismo aos processos tecnológicos, atribui-se ao uso responsável do poder x liberdade concedido por Deus aos seres humanos.

²⁵ Câmara aprova criminalização e uso indevido da internet. Disponível em: <http://ne10.uol.com.br/canal/cotidiano/tecnologia/noticia/2012/05/15/camara-aprova-criminalizacao-de-uso-indevido-da-internet-342819.php>. Acesso em: 01 de Jul. 2013. Trecho da matéria: Atualmente, o Brasil não tem uma legislação específica para punir as pessoas que usam de forma indevida a internet. De acordo com o presidente da Câmara, deputado Marco Maia (PT-RS), esse projeto é um dos mais importantes e contundentes. "Ele irá produzir uma mudança na utilização da internet no Brasil. Inclusive punir os criminosos..."

²⁶ EDGAR, Brian. *Biotheology: Theology, Ethics and New Biotechnologies*. Australia: ISCAST online Journal, 2009. P. 1-5. Artigo publicado em format pdf no site: <http://brianedgar.com/wpcontent/uploads/downloads/2010/05/Biotheology.pdf>. Acesso em 10 de Junho de 2013 às 16:02.

²⁷ TURNER, Ronald Cole. *Science, Technology and Mission, The Local Church in a Global Era: Reflections for a New Century*. Grand Rapids: Eerdmans, 2000. P. 47-53.

O uso responsável das tecnologias através da vocação individual e coletiva de cada ser humano. A vocação humana não se resume ao ambiente da Igreja, da família ou do local de trabalho. A partir da globalização e do amplo crescimento de uma cultura digital, a vocação humana, integra a conectividade da rede. A vocação humana como dádiva de Deus e aliada na conectividade digital resultará em ambientes propícios para debater os valores essências da vida conforme os dons e as aptidões de cada cidadão no ciberespaço. A cibercultura servirá as necessidades humanas como um espaço dinâmico na vivência dos dons e nos sinais visíveis da presença do reino de Deus - *partilhados e testemunhados na idade média*.

2.3 Tecnologias espirituais: o sagrado difundido no ciberespaço

A multiplicidade dos ambientes de convivência humana disseminados em uma velocidade indescritível no ciberespaço molda algumas implicações religiosas e teológicas. A principal tendência destaca o envolvimento da religião com o universo tecnológico e, conseqüentemente, o desdobramento de uma *tecnologia espiritual*. A *tecnologia espiritual* não está subordinada à determinada tradição religiosa. O ciberespaço interconecta as mais distintas expressões de religiosidade humana. Não há necessidade de um espaço físico como templo ou capela. O espaço sagrado é a rede. Alguns teóricos denominam a *tecnologia espiritual* como *religião online*, ou seja, uma religiosidade acessível na rede mundial de computadores e no uso das mídias sociais. ²⁸

²⁸ SPADARO, P. 170-171

O sagrado no ciberespaço

- (1) a religião aliada à melhoria da vida. A partir da inserção dos movimentos neopentecostais na televisão, no rádio e no ciberespaço essa forma apresenta uma religiosidade que abre espaço para correntes de oração, promessas e apelos às diversas necessidades humanas. Amplamente alicerçada na lógica do mercado midiático: bem estar, felicidade e sucesso.
- (2) A piedade, a intercessão e o crescimento pessoal mediante a fé. Geralmente, representada pelos grupos de missão e evangelização.
- (3) A finalidade de criar grupos e estabelecer contatos, compartilhar experiências de vida e possibilitar debates entre os usuários. Este modelo desafia as formas tradicionais de pensar a respeito das *tecnologias espirituais*. Spadaro em seu livro *ciberteologia*, estimula as igrejas cristãs a repensar o conceito de comunhão como algo além de um contexto específico: templo ou espaço físico. O ciberespaço como integrador de uma comunhão universal na ambiência de um "cérebro coletivo".²⁹

Como avaliar o efeito da cibercultura na sociedade e na compreensão cristã? Qualquer que seja o efeito na compreensão cristã sobre Deus, ainda assim, a Teologia teria bons motivos para afirmar e utilizar as tecnologias como extensões criacionais do próprio ser humano. No Antigo Testamento, o livro de Genesis, destaca a condição dos seres humanos como mordomos de um jardim e cooperadores de Deus. Os seres humanos são criados a imagem e semelhança de Deus e recebem governança da sociedade humana, dos animais e da natureza. Deus ordena a multiplicar-se e os insere numa situação privilegiada de administradores dos recursos e dos dons. Numa compreensão cosmológica seria possível interpretar o progresso tecnológico como extensões da criação divina. O relato da criação, obviamente, é controverso quanto a sua historicidade e cientificidade, entretanto, aponta à dinâmica criacional de Deus: um ser supremo que cria e recria. No cristianismo assim como em grande parte das religiões é unânime a idéia de um princípio criador. A ação criadora de Deus se revela em extensões humanas e porque não atribuir este sentido teológico ao desenvolvimento tecnológico?

A tecnologia pode ser usada tanto para o bem quanto para o mal. A tecnologia contrasta o pecado em atos falíveis do ser humano, pois não é perfeita em si mesma. Na maioria das vezes ela é operada, conduzida,

²⁹ Ibid.

programada por indivíduos que direcionam seus funcionamentos com finalidades múltiplas. Dessa forma, a tecnologia precisa ser observada além de uma sofisticada ferramenta. Ela é extensão humana para o bem ou para o mal, para destruir ou para edificar. A partir disso brotam divisões no seio do cristianismo quanto ao uso responsável das ferramentas tecnológicas.

No Brasil, Davi Miranda, fundador da Igreja Deus é Amor, uma das instituições religiosas mais conversadoras do pentecostalismo brasileiro e detentora de um templo religioso com capacidade para 60 mil pessoas na cidade de São Paulo, afirmou durante um culto que o uso das tecnologias digitais e das novas mídias (facebook e twitter) “são instrumentos do diabo e muitos crentes caíram no laço”.³⁰ A denominação pentecostal Congregação Cristã do Brasil com mais de 03 milhões de membros no Brasil condena a influência midiática na vida dos crentes e restringe, inclusive, o consumo televisivo.³¹

A maioria das denominações cristãs acolhe as novas tecnologias e mídias sociais como ambientes propícios na divulgação do evangelho e na comunicação com seus fiéis. Apenas para listar o que será refletido mais cuidadosamente em outra oportunidade, destacam-se quatro segmentos do cristianismo: (1) Igreja Católica; (2) Protestantes – Igrejas Luteranas; (3) Pentecostais – Assembleia de Deus; (4) Neopentecostais – Igreja Universal do Reino de Deus.³²

³⁰ Missionário Davi Miranda critica redes sociais. Disponível em: <http://noticias.gospelmais.com.br/david-miranda-critica-redes-sociais-twitter-facebook-diabo-38576.html>. Acesso em 1 de Jul. 2013.

³¹ Ancião da Congregação Cristã crítica consumo televisivo. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=SrspGljToFs>. Acesso em: 1 Jul. 2013.

³² Os mecanismos de busca calculam o número de tópicos relacionados à determinada palavra ou frase. É necessário observar que no ciberespaço não há um cálculo preciso devido a própria característica “mutante” deste ambiente. A cada instante são incorporadas novas páginas (ambientes).

Igreja Católica Apostólica Romana			
Sites oficiais	Mídias Sociais (Facebook & Twitter)	Vídeos no Youtube	Buscas no Google
<p>A Santa Santa Sé http://www.vatican.va/phome_po.htm Conferência Nacional dos Bispos do Brasil http://www.cnbb.org.br/site/Católico http://www.catolico.org.br/</p> <p>Interessante: Há outros sites oficiais representados pelas dioceses católicas e departamentos católicos. A pesquisa aponta os principais canais de comunicação.</p>	<p>01 milhão e 130 mil resultados relacionadas ao tópico "Igreja Católica"</p> <p>Interessante : o Papa Francisco concentra diversas páginas no facebook e twitter reunindo milhões de pessoas. O perfil do Papa Francisco no Twitter supera 07 milhões de usuários e continua crescendo.</p> <p>33</p>	<p>100 mil vídeos relacionados ao tópico "Igreja Católica"</p> <p>Interessante: os vídeos apresentam desde propostas institucionais da Igreja Católica, críticas ao modelo eclesial católico e vídeos caseiros publicados por membros da denominação como peregrinações.</p>	<p>05 milhões e 990 mil resultados relacionados ao tópico "Igreja Católica"</p> <p>Interessante : a busca no Google foi realizada com a seguinte frase "Igreja Católica Apostólica Romana". Não foi realizada tradução da frase em português para outras línguas como inglês.</p>

Igrejas Luteranas			
Sites oficiais	Mídias Sociais (Facebook & Twitter)	Vídeos no Youtube	Buscas no Google
<p>Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil www.luteranos.com.br Igreja Evangélica Luterana do Brasil www.ielb.org.br Associação das Igrejas Luteranas</p>	<p>283 mil resultados relacionadas ao tópico "Igreja Luterana".</p>	<p>32 mil vídeos relacionados ao tópico "Igreja Luterana".</p>	<p>869 mil resultados relacionados ao tópico "Igreja Luterana".</p>

³³ Papa Francisco supera sete milhões de seguidores no Twitter. Disponível em: <http://www.acidigital.com/noticia.php?id=25594>. Acesso em: 29 Jun. 2013.

<p>Livres www.igrejaaluteranalivre.com.br Igreja Evangélica Luterana Independente www.ieli.com.br Igreja da Renovação Luterana do Brasil http://www.igrejaespacosperanca.com.br</p> <p>Interessante: as principais Igrejas Luteranas no Brasil correspondem as duas primeiras denominações listadas. As demais são ramificações e grupos dissidentes.</p>	<p>Interessante: a rede social facebook congrega milhares de páginas. Ampla maioria destaca atividades pastorais nas paróquias e instituições luteranas. No Brasil, a página "IELB" no facebook reúne 13.473 usuários, o maior grupo luterano. O segundo maior grupo denomina-se "luteranos" com 5.096 membros.³⁴</p>	<p>Interessante: a maioria dos vídeos não é institucional, mas vídeos postados por membros e comunidades luteranas de diversas regiões geográficas.</p>	<p>Interessante: Os números são alterados em instantes no ciberespaço. A cada segundo novos resultados são identificáveis com o tópico "Igreja Luterana".</p>
---	--	---	---

Igreja Evangélica Assembléia de Deus			
Sites Oficiais	Mídias Sociais (facebook & Twitter)	Vídeos no youtube	Buscas no Google
<p>Convenção Geral das Assembléias de Deus www.cgadb.com.br Assembléia de Deus online www.assembleia.org.br Assembléia de Deus (Ministério Madureira)</p>	<p>840 mil resultados relacionados ao tópico "Assembléia de Deus" Interessante: a</p>	<p>93.600 vídeos relacionados ao tópico "Assembleia de Deus" Interessante: um número</p>	<p>02 milhões e 920 mil resultados relacionados ao tópico "Assembléia de Deus".</p>

³⁴ Facebook da Igreja Evangélica Luterana do Brasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/ielb.br/?fref=ts>. Acesso em: 29 de Jun. 2013.

<p>www.admadureira.com.br Assembléia de Deus (Vitória em Cristo) www.asvitoriaemcristo.org</p> <p>Interessante: O primeiro link reúne diferentes ministérios da Igreja Assembléia de Deus através de uma convenção geral. A Igreja Assembléia de Deus, entretanto, é uma denominação evangélica com diferentes ramificações.</p>	<p>página da CGADB (Convenção Geral) no facebook reúne mais de 13 mil usuários.³⁵ O twitter do Pastor Silas Malafaia³⁶ concentra mais de 583 mil seguidores. O Pastor Silas Malafaia é conhecido por manter vários programas religiosos na TV aberta e no rádio.</p>	<p>incalculável de cantores de música gospel, palestras de lideranças, concentrações evangelísticas com milhares de pessoas e debates polêmicos nos bastidores da Igreja Assembléia de Deus.</p>	<p>Interessante: a proliferação da "Assembléia de Deus" no ciberespaço representa uma das igrejas cristãs com maior repercussão midiática.</p>
--	--	--	--

Igreja Universal do Reino de Deus			
Sites Oficiais	Mídias Sociais (Twitter & Facebook)	Vídeos no Youtube	Buscas no Google
<p>Iurd – Arca Universal www.arcauniversal.com IURD TV www.iurdv.com.br Templo de Salomão www.otemplodesalomão.com</p> <p>Interessante: A IURD é uma denominação neopentecostal difundida amplamente através dos seus mecanismos midiáticos.</p>	<p>01 milhão e 308 mil resultados relacionadas ao tópico "IURD".</p> <p>Interessante: a página da IURD no facebook reúne mais de 350 mil seguidores.³⁷ A página no Bispo Edir Macedo, líder da Igreja no Brasil e no mundo, reúne</p>	<p>210 mil vídeos relacionados ao tópico "IURD".</p> <p>Interessante: o canal no youtube denominado IURDtv compartilha centenas de vídeos com milhares de acessos.³⁹</p>	<p>02 milhões e 850 mil resultados relacionados ao tópico "IURD".</p> <p>Interessante: a IURD é uma denominação neopentecostal com o maior número de emissoras de rádio e televisão. Percebe-se um avanço significativo e</p>

³⁵ Facebook da Convenção Geral das Assembleias de Deus. Disponível em: <https://www.facebook.com/CGIADB?fref=ts>. Acesso em: 30 Jun. 2013.

³⁶ Twitter do Pastor Silas Malafaia. Disponível em: <https://twitter.com/PastorMalafaia>. Acesso em 30 de Jun. 2013.

Facebook da Igreja Universal do Reino de Deus. Disponível em: <https://www.facebook.com/IgrejaUniversal?fref=ts>. Acesso em: 30 de Jun. 2013.

	cerca de 370 mil pessoas. ³⁸		missionário também no ciberespaço. O "Templo de Salomão" concentra mais de 16 mil seguidores no twitter. ⁴⁰
--	---	--	--

3 – BREVE CONCLUSÃO

A religião cristã experimenta um novo cenário, uma nova era, uma transição descrita através de múltiplas formas: "a era da globalização", "a era da informação", "a era do network, "a era da mídia". Restringindo-nos a um cenário de globalização, de diluição de fronteiras geográficas e culturais, e de amplo crescimento tecnológico, conclui-se uma nova hermenêutica no pensamento teológico: **a midiaticização da religiosidade humana**. Este processo ainda confuso, difunde-se rapidamente na diversidade cultural, rompe barreiras de crenças particulares e estimula novas concepções de espiritualidade. A partir deste ensaio temático, espera-se que mais pesquisadores das ciências humanas evidenciem o envolvimento permanente entre MÍDIA & RELIGIÃO. Especialmente, o advento da cibercultura e o crescimento das mídias religiosas no ciberespaço que trazem desafios e oportunidades diferenciados no debate acadêmico do cristianismo contemporâneo. **"E Deus disse que haja CONEXÃO?"**.

³⁹Canal da IURD Tv no youtube. Disponível em:
<http://www.youtube.com/user/canaliurdtvbr>. Acesso em: 1 de Jul. 2013.

³⁸Facebook do Bispo Edir Macedo. Disponível em:
<https://www.facebook.com/BispoMacedo>. Acesso em: 1 Jul. 2013.

⁴⁰Twitter do Templo de Salomão. Disponível em:
<https://twitter.com/templodeisrael>. Acesso em: 1 de Jul. 2013.

REFERÊNCIAS

ALLEN, Scott (org). *The emergence of the relationship economy: the new order of things to come*. New York: Happy About. 2008.

Ancião da Congregação Cristã crítica consumo televisivo. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=SrspGljToFs>. Acesso em: 1 Jul. 2013.

ARTHUR, Chris. *A globalização das comunicações: algumas implicações religiosas*. São Leopoldo: Sinodal. 2000.

BIAGI, S. *Media Impact: An Introduction to Mass Media*. Canada: Thompsom Wadsworth. 2005.

CABRAL, Eula D. Taveira. *Mídia brasileira exige lances certos*. São Paulo: Informativo Eletrônico SETE PONTOS.

Câmara aprova criminalização e uso indevido da internet. Disponível em: <http://ne10.uol.com.br/canal/cotidiano/tecnologia/noticia/2012/05/15/camara-aprova-criminalizacao-de-uso-indevido-da-internet-342819.php>. Acesso em: 01 de Jul. 2013.

Canal da IURD Tv no youtube. Disponível em: <http://www.youtube.com/user/canaliurdtvbr>. Acesso em: 1 de Jul. 2013.

CASTRO, M.L.D. *Televisão e publicidade: ações convergentes*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005. Rio de Janeiro. Anais. São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

DEJOIE, Martim Roy. *An Investigation of the Influence of Information Technology on Selected Organizational Factors which Influence Ethical Decision-making Processes*. Texas: A & M University, 2003.

EDGAR, Brian. *Biotheology: Theology, Ethics and New Biotechnologies*. Australia: ISCAST online Journal, 2009. P. 1-5. Artigo publicado em format pdf no site: <http://brianedgar.com/wpcontent/uploads/downloads/2010/05/Biotheology.pdf>. Acesso em 10 de Junho de 2013 às 16:02.

Estabelcida em 2003, a US Media Consulting é uma empresa líder na prestação de serviços de mídia, especializada em ajudar clientes a alcançar mercados no Brasil, na América Latina e na comunidade hispânica dos Estados Unidos. WERZBITZKI, João José. *Publicitar, uma nova visão da publicidade: muito, muito mais, que criar e veicular anúncios*. São Paulo: Qualit e Mania.

Facebook da Convenção Geral das Assembleias de Deus. Disponível em: <https://www.facebook.com/CGIADB?fref=ts>. Acesso em: 30 Jun. 2013.

Facebook da Igreja Evangélica Luterana do Brasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/ielb.br/?fref=ts> . Acesso em: 29 de Jun. 2013.

Facebook da Igreja Universal do Reino de Deus. Disponível em: <https://www.facebook.com/IgrejaUniversal?fref=ts>. Acesso em: 30 de Jun. 2013.

Facebook do Bispo Edir Macedo. Disponível em: <https://www.facebook.com/BispoMacedo>. Acesso em: 1 Jul. 2013.

Frases de Barth (quotes by Barth). Disponível em: http://ptsem.edu/Library/index.aspx?menu1_id=6907&menu2_id=6904&id=8450. Acesso em: 21 de Jun de 2013.

HAQUE, Humair. *A miopia das mídias sociais*. Disponível em: http://blogs.hbr.org/haque/2010/12/unlocking_the_mayor_badge_of_m.html. Acesso em: 27 de Mai. 2013.

IAB Brasil. *Indicadores de Mercado Online: metas de audiência e pesquisa de mercado*. São Paulo, 2012. P. 14. Disponível em: <http://www.slideshare.net/fullscreen/comunicacaoiab/indicadores-mercado-online/14>. Acesso: 12 de mai. 2013.

Intolerância religiosa é crime. Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/noticias/jornal/edicoes/2013/04/16/intolerancia-religiosa-e-crime-de-odio-e-fere-a-dignidade>. Acesso em: 1 de Jul. 2013.

KAHN, Peter. *The Human Relation with Technological*. Washington: University of Washington, 2009.

Lucro Milionário da Tv band vem das Igrejas Evangélicas. Disponível em: <http://portaliftv.wordpress.com/2013/04/30/lucro-milionario-da-tv-band-vem-das-igrejas-evangelicas/>. Acesso 1 de Jul. 2013.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 5. Ed. São Paulo: Cultrix, 2001.

Missionário Davi Miranda critica redes sociais. Disponível em: <http://noticias.gospelmais.com.br/david-miranda-critica-redes-sociais-twitter-facebook-diabo-38576.html>. Acesso em 1 de Jul. 2013.

MORRIS, Benjamin. *The process of globalization and new technologies*. London: Cellut, 2010.

Papa Francisco supera sete milhões de seguidores no Twitter. Disponível em: <http://www.acidigital.com/noticia.php?id=25594>. Acesso em: 29 Jun. 2013.

Reflexão baseada no fórum internacional sobre os efeitos da globalização. Disponível em: www.ifg.org. Acesso em 14 de mai. 2013.

SBARDELOTTO, Moisés. "*E o Verbo se fez bit*": Uma análise da experiência religiosa na internet. Cadernos IHU, São Leopoldo, ano 9, nº. 35, 2011. P. 47. Disponível em: <http://migre.me/9bpm3>. Acesso em: 1 de Jul. 2013.

STASIAK, Daiana. *A sociedade midiaticizada: sociedade midiaticizada e convergência tecnológica: as afetações do Campo dos media na contemporaneidade*. Trabalho apresentado no DT 5 - Comunicação Multimídia do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 27 a 29 de maio de 2010 na cidade de Goiania, GO.

TURNER, Ronald Cole. *Science, Technology and Mission, The Local Church in a Global Era: Reflections for a New Century*. Grand Rapids: Eerdmans, 2000.

Twitter do Pastor Silas Malafaia. Disponível em: <https://twitter.com/PastorMalafaia>. Acesso em 30 de Jun. 2013.

Twitter do Templo de Salomão. Disponível em: <https://twitter.com/templodeisrael>. Acesso em: 1 de Jul. 2013.

Us Media Consulting. *O Mercado de Mídia na América Latina 2013*. São Paulo: US Media Consulting, 2013. p. 5. Disponível em: www.usmediaconsulting.com. Acesso em: 05 jun. 2013.