



Noviembre 2018 - ISSN: 1988-7833

MIDIATIZAÇÃO RELIGIOSA: ESTUDO DE CASO DA IGREJA ONDA DURA (SC/BRASIL)

Michel Rodrigues Borges¹

Universidade FEEVALE

michelrb@gmail.com

RS/Brasil

Anelise Rublescki²

Universidade FEEVALE

Secretaria do Planejamento- SPGG/RS

Anelise_sr@hotmail.com

RS/Brasil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Michel Rodrigues Borges y Anelise Rublescki (2018): "Midiatização religiosa: estudo de caso da Igreja Onda Dura (SC/Brasil)", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (noviembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/11/midiatizacao-religiosa-brasil.html>

Resumo: O estudo analisa a midiática da religião através dos conceitos dos autores Luiz Braga (2012) e Stig Hjarvard (2014), junto com o conceito de sociedades complexas por Gilberto Velho e Eduardo Viveiros De Castro (1978), apresentando como objeto de pesquisa a comunicação midiática de maneira online pela igreja Onda Dura, fundada em 2007, na cidade de Joinville no Estado de Santa Catarina, e que conta com mais de 160 mil seguidores na mídia digital Facebook e 101 mil inscritos no canal de vídeos YouTube. Metodologicamente, trata-se de um estudo teórico-empírico, desenvolvido por revisão de literatura e estudo de caso. A pesquisa aponta que a comunicação da Onda Dura está pulverizada em diversos dispositivos midiáticos, como uma forma de diversificar e ampliar a audiência, com mídias menos onerosas que as tradicionais (TV, rádio, jornal). A iniciativa facilita o engajamento do público jovem pertencente a grandes centros urbanos.

Palavras-chave: Midiatização. Religião. Cultura. Cristianismo.

RELIGIOUS' MEDIATIZATION: A CASE STUDY OF ONDA DURA CHURCH (SC / BRAZIL)

Abstract: The study analyses the mediatization of religion through the concepts of the authors Luiz Braga (2012) and Stig Hjarvard (2014), together with the concept of complex societies by Gilberto Velho and Eduardo Viveiros De Castro (1978), presenting as research object the online media mediated by the Onda Dura church, founded in 2007 in the city of Joinville in the State of

¹ Bacharel em Publicidade e Propaganda. Mestrando no PPG em Processos e Manifestações Culturais da FEEVALE. Estrategista de Marcas na Unidade Branding. michelrb@gmail.com

² Jornalista. Mestre (UFRJ) e Doutora em Comunicação e Informação (UFRGS). Pós-doutora em Comunicação Midiática (UFSM). Prof adjunta do PPG em Processos e Manifestações Culturais da FEEVALE. Assessora de imprensa da Secretaria do Planejamento Governança e Gestão/RS. anelise_sr@hotmail.com

Santa Catarina, which has more than 160 thousand followers in the digital media Facebook and 101 thousand enrolled in the YouTube video channel. Methodologically, this is a theoretical-empirical study, developed by literature review and case study. The research points out that Onda Dura's communication is pulverized in several media devices, as a way to diversify and broaden the audience, with less expensive media than traditional ones (TV, radio, newspaper). The initiative facilitates the engagement of the young public belonging to large urban centers.

Key Words: Mediatization. Religion. Culture. Christianity.

MIDIATIZAÇÃO RELIGIOSA: ESTUDO DE CASO DE LA IGLESIA ONDA DURA (SC / BRASIL)

Resumen: El estudio analiza la mediatización de la religión a través de los conceptos de los autores Luiz Braga (2012) y Stig Hjarvard (2014), junto con el concepto de sociedades complejas por Gilberto Velho y Eduardo Viveiros De Castro (1978), presentando como objeto de investigación la comunicación en línea de la iglesia Onda Dura, que cuenta con más de 160 mil seguidores en los medios digitales Facebook y 101 mil inscritos en el canal de videos YouTube. Metodológicamente, se trata de un estudio teórico-empírico, desarrollado por revisión de literatura y estudio de caso. La investigación apunta que la comunicación de la Onda Dura está pulverizada en diversos dispositivos mediáticos, como una forma de diversificar y ampliar la audiencia, con medios menos costosos que los tradicionales (TV, radio, periódico). La iniciativa facilita el compromiso del público joven perteneciente a grandes centros urbanos.

Palabras Clave: Mediatización. Religión. Cultura. Cristianismo

1. INTRODUÇÃO

A comunicação, por mais primitiva que fosse, sempre foi uma necessidade presente em qualquer sociedade. Codificar e decodificar conceitos mentais com o uso da linguagem para transmitir, interpretar e construir conhecimento (HALL, 1997, p. 49) é fundamental para o convívio e desenvolvimento da humanidade.

A comunicação sempre virá impregnada de intenções, de valores, de uma ideologia, pois sempre é intencional (JENKINS, 2013). E quando olhamos com este pensamento para as organizações religiosas, podemos observar a preocupação na comunicação de suas crenças e o investimento em diversas formas de potencializar suas mensagens com o uso da mídia ao longo dos séculos.

Dos escritos em pedras e plaquinhas de barro (PINHEIRO, 2015) até as transmissões ao vivo de mensagens religiosas pela internet, o cristianismo no Brasil tem, em especial as igrejas evangélicas, se mostrado atento às novas tecnologias de informação. Igrejas têm surgido com forte presença midiática, principalmente através internet, e algumas demonstram uma linguagem estética voltada para o público jovem, como é o caso da Igreja Onda Dura, cuja sede fica na cidade de Joinville/SC, no Brasil, a Brasa Church de Porto Alegre/RS e a Bola de Neve Church em São Paulo/SP.

Neste cenário, o foco deste estudo está pautado dentro dos temas mediatização e religião, com o objetivo de observar e analisar como a Igreja Onda Dura tem mediatizado a religião durante o mês de abril de 2018, especialmente com o uso da internet.

O olhar sobre esta temática, que desencadeou o presente estudo, surgiu através de três principais informações. Primeiramente, o grande crescimento das igrejas evangélicas no Brasil, seguido da pouca quantidade de estudos acadêmicos com este foco e a relevância

destas manifestações culturais na constante transformação da sociedade, visto tamanhas proporções que as igrejas evangélicas têm tomado no Brasil.

A pesquisa do IBGEⁱ aponta um grande decréscimo do número de seguidores da Igreja Católica e um grande crescimento das igrejas evangélicas no Brasil, junto com um crescimento de pessoas sem fé declarada. Segundo o censo de 2010:

Os evangélicos foram o segmento religioso que mais cresceu no Brasil no período intercensitário. Em 2000, eles representavam 15,4% da população. Em 2010, chegaram a 22,2%, um aumento de cerca de 16 milhões de pessoas (de 26,2 milhões para 42,3 milhões). Em 1991, este percentual era de 9,0% e em 1980, 6,6%. (IBGE, 2012, online)

Este gráfico ajuda a visualizar proporcionalmente os números levantados pelo IBGE com um histórico maior de informações:

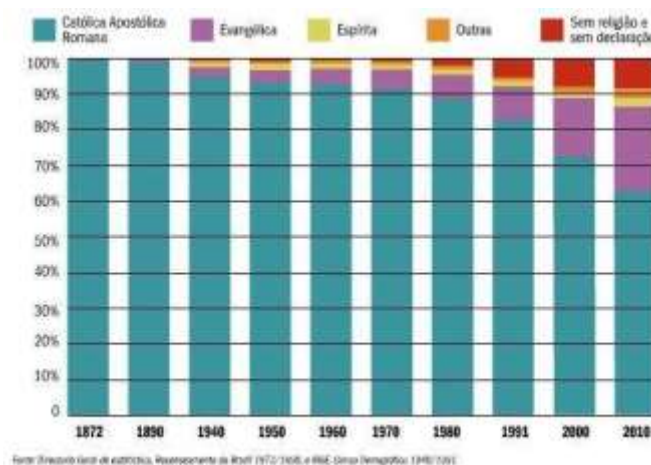


Figura 1: Gráfico as mudanças religiosas no Brasil de 1872 até 2010.

Fonte: AZEVEDO, 2017, online.

Segundo Martino (2003, p. 8) “poucos trabalhos científicos abordam a mídia religiosa como objeto”. Embora seja uma citação de 2003 e tenham surgido pesquisadores nesta área, como os Drs. Moisés Sbardelotto, Antônio Fausto Neto, José Marques de Melo, Paulo Roque Gasparetto, Joana T. Puntel, entre outros, ainda sim existem grandes lacunas para explorar e se aprofundar, dada a complexidade do tema e a constante transformação.

Para conceituar e realizar as análises sobre a midiatização foram escolhidos os autores José Luiz Braga (2012) e Stig Hjarvard (2014), relacionando-os com Gilberto Velho e Eduardo Viveiros De Castro (1978) e o conceito de sociedades complexas. Stuart Hall (1997) enriquece o conceito de representações, Joana T. Puntel (2008) e Luiz Mauro Martino (2003) contribuem com informações históricas do uso da mídia pelas igrejas cristãs.

2. MIDIATIZAÇÃO NA IGREJA ONDA DURA

A igreja Onda Dura é uma igreja com dez anos de existência e está localizada no bairro Boa Vista, quase na divisa com o bairro Centro da cidade de Joinville em Santa Catarina, município com mais de 557 mil habitantes, sendo a maior cidade do Estado. O grande número

de habitantes é acompanhado por uma grande quantidade de igrejas, agrupadas num pequeno espaço geográfico e que, conseqüentemente, vivem uma luta constante para atrair novos fiéis e manter os que já são membros.

Esta igreja possui, no momento do levantamento, 12 congregaçõesⁱⁱ no Brasil, desde Novo Hamburgo no Rio Grande do Sul até Macapá no Amapá. Com o crescimento, surge a necessidade de aumentar o alcance de sua mensagem, criar sentimento de pertencimento e fidelizar seus fiéis, mesmo quando longes fisicamente e participantes de reuniões e eventos diferentes dentro da própria igreja. Para isso, os meios de comunicação em massa se tornam uma ótima opção, especialmente a internet e o seu dinamismo, proporcionando o diálogo em muitas plataformas, amplo alcance e engajamento do público jovem, usualmente predisposto às novidades tecnológicas.

Ao relacionar a comunicação de massa com as organizações religiosas, em especial as cristãs, Martino (2003, p. 7), afirma que “Longe de ser apenas um meio de divulgação, passava a ser a principal arma nessa batalha simbólica pelos fiéis”. E, se assim o é, talvez esta colocação explique porque grandes igrejas possuem e investem em canais próprios de televisão, rádio e outras mídias, cujos custos são muito mais elevados que as mídias sociais digitais, que acabam sendo os recursos mais utilizados por organizações de menor poder financeiro.

O investimento nas mídias digitais online surge como um complemento às já existentes, como afirma o professor do Departamento de Mídia, Cognição, Comunicação da Universidade de Copenhague, Dinamarca:

a comunicação de massa tem sido complementada por uma variedade de mídias interativas, permitindo a todos não apenas receber, mas também se engajar ativamente em diversas formas de comunicação com alcance potencialmente global. Como resultado, várias formas de mídia foram integradas nas práticas da vida cotidiana, do local de trabalho até a família (HJARVARD, 2014, 23)

Esta afirmação enfatiza a complementação, que parece permear também as igrejas brasileiras, já que essas têm encontrado nas mídias digitais online suas principais formas de comunicação midiaticizada.

A Figura 2 evidencia que no caso da Igreja Onda Dura, objeto da análise deste estudo, doze formas de levar sua mensagem e interagir com seu público de maneira online estão à disposição no website oficialⁱⁱⁱ: Facebook, Twitter, Google Plus, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Flickr, Sound Cloud, Spotify, Instagram, e-mail e o próprio website.



Figura 2. Ícones das plataformas digitais apresentadas no rodapé do site oficial da Igreja Onda Dura.

Fonte: Site Onda Dura.

Dentro das plataformas apresentadas, alguma delas se destacam com mais seguidores e participantes, como a página no *Facebook* que conta com mais de 162 mil inscritos, o canal de vídeos no *YouTube* com 103 mil inscritos e o perfil no *Instagram* com 85 mil seguidores. Isso demonstra que a interação social fica cada vez mais atrelada ao uso das mídias, “[...] no qual a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros domínios sociais, ao mesmo tempo que adquiriu status de instituição social em si mesma [...]” (HJARVARD, 2014, p.26).

Esta instituição social, a mídia, acaba sendo uma extensão oficial da organização religiosa, pois “[...] os locais físicos se entrelaçam com um espaço virtual, na medida em que se torna possível realizar mais e mais práticas fora da localização física”. Desta forma, o senso de pertencimento (GASPARETTO, 2011, p.143) aumenta, mesmo não estando fisicamente no lugar, pois recebe um valor semelhante, se não maior em alguns momentos.

Segundo Braga (2012, p. 51) “são os processos da midiatização que hoje delineiam e caracterizam, crescentemente, as mediações comunicativas da sociedade”. Com o uso ostensivo da mídia, não apenas pelo surgimento de aparatos tecnológicos, mas por uma prática social sobre, percebo ao observar a Igreja Onda Dura, que existe uma constante e acelerada troca de informações através da mídia, e que esta adoção da comunicação midiatizada como cultura, que vai moldando a sociedade e retroalimentando as próprias práticas sociais.

Através de um levantamento via Google Maps^{iv} foi possível pontuar todas as igrejas que se intitulam cristãs^v num raio de aproximadamente cinco quilômetros ao redor da Igreja Onda Dura em Joinville/SC. Pode-se observar, na Figura 3, que existe uma quantidade muito grande de organizações religiosas, pois, embora as igrejas evangélicas somem cinquenta e duas no total, existe uma grande variedade de denominações entre elas, como as igrejas Assembléia de Deus, Igreja do Evangelho Eterno, Igreja Quadrangular, Bola de Neve Church, Igreja Resgate, entre muitas outras.

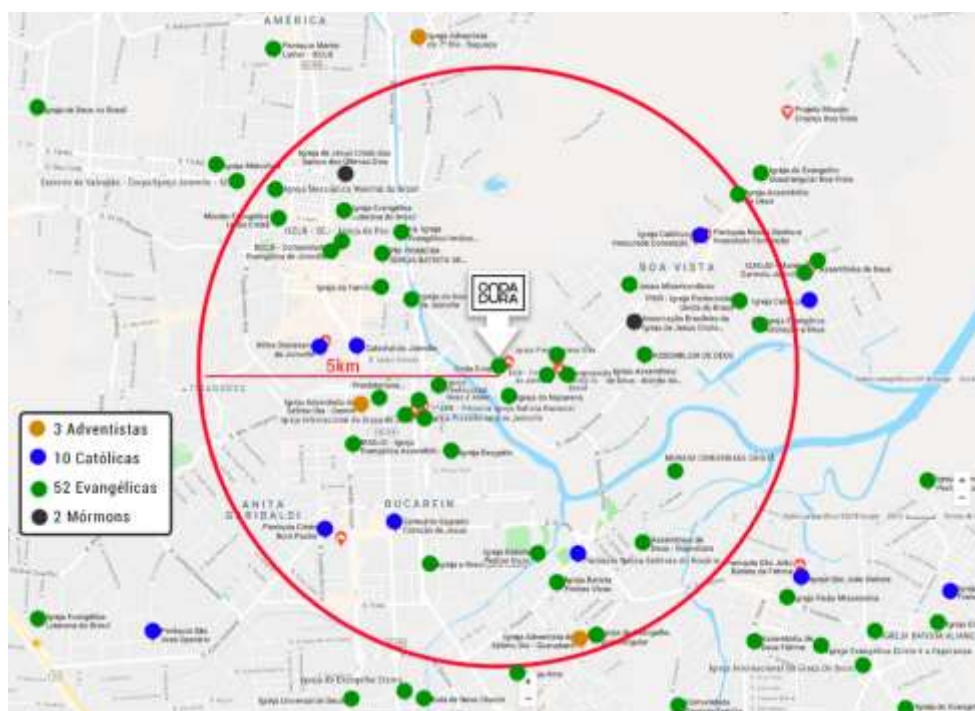


Figura 3. Mapeamento das Igrejas Cristãs próximas à Igreja Onda Dura em Joinville / SC
Fonte: Elaborado pelos autores, com o uso do Google Maps

Embora se possa fazer um recorte temporal e analisar, uma das principais certezas é que a sociedade está em constantes mudanças em cada período sociohistórico. Assim, também as organizações religiosas estão em permanente mudança, pois são formadas por agentes sociais enraizados na cultura na qual estão inseridos, provocando sempre uma reconstrução dos conceitos mentais, que manifestam a cultura.

O uso de diversas plataformas, cada uma com suas características próprias de mediatizar, é uma maneira de estar acompanhando estas mudanças no que tange a comunicação das igrejas, conforme (PUNTEL, 2008, p. 14), pesquisadora acadêmica e membro da Equipe de Reflexão sobre Comunicação na CNBB^{vi}.

A heterogeneidade é uma das principais características de uma sociedade complexa (VELHO, 1978), que pode ser percebida já na formação da cidade de Joinville, que foi fundada em 1851 por imigrantes da Alemanha, Suíça e Noruega, que se juntaram aos portugueses e indígenas que já habitavam no local^{vii}. Além da formação heterogênea e todas as imbricações sociais que puderam acontecer e continuarão acontecendo, a Igreja Onda Dura, além de suas congregações espalhadas pelo Brasil, se estabelece de forma midiática tendo um alcance ainda mais heterogêneo pelo uso da internet.

Com isso “o mapa social está longe de ser claro e as pessoas são levadas, consciente ou inconscientemente, a tomarem decisões que vão marcar tipos de trajetórias possíveis dentro de uma sociedade” (VELHO, 1978, p. 8). E, neste caso, o uso das mídias se apresentam como uma prática institucionalizada pela igreja toda sua comunidade.

CONCLUSÃO

A pesquisa aponta que a comunicação da Igreja Onda Dura está pulverizada em diversos dispositivos midiáticos, como forma de diversificar e ampliar a audiência, com mídias menos onerosas que as tradicionais, mas que já fazem parte, culturalmente falando, de suas práticas sociais, servindo como uma extensão de ambiente e potencializador do senso de pertencimento. Isso é um sinal das igrejas, num modo geral, de buscarem cada vez mais a apropriação de meios que promovam seus princípios e que estas mudanças acontecem de maneira muito mais acelerada quando há lideranças jovens.

Conclui-se que há um olhar diferenciado das organizações religiosas quanto a aculturação do uso da mídia, principalmente pelo uso ostensivo dos jovens cada vez mais cedo, que já nascem como nativos digitais. A ampliação da pesquisa com outras organizações religiosas e o aprofundamento de alguns aspectos com certeza enriquecerão o entendimento sobre a midiatização da religião e poderá apontar tendências futuras quanto a constante mudança cultural que ela provoca.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Reinaldo. O IBGE e a religião — Cristãos são 86,8% do Brasil; católicos caem para 64,6%; evangélicos já são 22,2%. **VEJA**. Online. fev. 2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/o-ibge-e-a-religiao-cristaos-sao-86-8-do-brasil-catolicos-caem-para-64-6-evangelicos-ja-sao-22-2/>>. Acesso em 22 abr 2018.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, MA; JUNIOR, Janotti and JACKS, N. (orgs). **Mediação & midiatização**. Online. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 29-52. Disponível em <<http://books.scielo.org>>. Acesso em 22 abr 2018.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da Religião**: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. São Paulo: Paulinas 2011. 208p

HJARVARD, Stig, Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES** V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014. São Paulo - Brasil p. 21-44

IBGE, **Censo 2010: número de católicos cai e aumenta o de evangélicos, espíritas e sem religião**. Site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/HGEAnr>> Acesso em: 23 abr 2018.

JENKINS, Keith. **A História repensada**. Tradução de Mario Vilela. 4º ed. São Paulo: Contexto, 2013. 120 p.

MARTINO, Luíz Mauro Sá. **Mídia e o poder simbólico**: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003. 200 p.

ONDA DURA. **Site da Igreja Onda Dura 2018**. Disponível em: <<http://ondadura.com.br/>>. Acesso em 18 abr 2018.

PINHEIRO, Felipe. **Ciberteologia**: a comunicação da Igreja no séc. XXI. São Paulo: Fonte Editorial, 2015. 86 p.

PUNTEL, Joana T. **Cultura midiática e igreja: uma nova ambiência.** São Paulo: Paulinas, 2008. 152 p.

VELHO, G. e VIVEIROS de CASTRO, E.B. **O Conceito de Cultura e o Estudo das Sociedades Complexas:** uma perspectiva antropológica. Artefato: Jornal de Cultura. Rio de Janeiro: Conselho Estadual de Cultura, n. 1, jan.1978.

ⁱ O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística é um instituto público da administração federal brasileira criada em 1934 e que realiza o censo brasileiro entre outras pesquisas.

ⁱⁱ Lugares físicos que funcionam como uma filial da sede, com pastor responsável e reuniões abertas ao público.

ⁱⁱⁱ Site oficial da Igreja Onda Dura: <http://ondadura.com.br/>

^{iv} Google Maps é um serviço de pesquisa e visualização de mapas e imagens de satélite disponível em: <https://www.google.com.br/map>

^v Que possuem como alicerce principal os ensinamentos de Jesus Cristo contidos na Bíblia Sagrada.

^{vi} A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) é a instituição permanente que congrega os Bispos da Igreja católica no País. Disponível em: <http://www.cnbb.org.br/quem-somos/>

^{vii} IBGE, disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/joinville/historico>