

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

Reencantamento Digital – A Linguagem Religiosa na Pós- Modernidade

Karina Inácio de Araujo Lambert - UFES

Resumo:

A racionalidade característica da modernidade, impulsionada pelo capitalismo e o pensamento iluminista, fragmentou o mundo religioso provocando o que Max Weber (2004) chama de desencantamento. A religião perdeu a hegemonia que exercia como produtora de sentido e tornou-se uma escolha subjetiva. Entretanto, o ritmo e as mudanças aceleradas, a valorização da imagem, a fluidez do mundo pós-moderno fizeram surgir movimentos opostos que buscam reafirmar algum tipo de verdade que vá além do simulacro (HARVEY, 2014). A religião então, reacende, tendo os meios de comunicação, um dos paradigmas da pós-modernidade, como uma forma para alcançar a sociedade. Este estudo busca identificar como a religião tem se utilizado de recursos midiáticos digitais para propagar seus valores e as consequentes mudanças na linguagem e na forma de ser religioso.

Palavras-chave: Religião; Internet; Linguagem.

1. INTRODUÇÃO

A história da humanidade é marcada por processos de mudanças. Autores como Featherstone (1995) consideram que vivemos no período denominado pós-moderno, onde as mudanças nas práticas e experiências cotidianas de diferentes grupos podem estar usando “regimes de significação de diferentes maneiras e estar desenvolvendo novos meios de orientação e estruturas de identidades” (FEATHERSTONE, 1995, p. 32). Essa condição Pós-Moderna tem como uma de suas características as tecnologias de informação. Vivemos numa época de comunicação generalizada, uma sociedade midiaticizada, onde a utilização em larga escala dos meios de comunicação aponta para uma mudança nas formas de ser dos sujeitos pós-modernos, e consequentemente na forma como as instituições passaram a lidar com seus públicos. Vemos ascender o fenômeno da midiaticização em todas as instâncias da vida em sociedade, inclusive na religião.

Levando em consideração essas transformações, argumentaremos aqui que o processo de midiaticização da sociedade repercute sobre as formas de funcionamento do campo religioso. A religião, que havia perdido terreno para a racionalidade moderna, que, como afirma Martin Barbero, “veio a deixar sem piso as dimensões mágico-misteriosas da existência humana” (MARTIN-BARBERO, 1995, p. 56, tradução nossa), encontra nos

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

aparatos midiáticos novas formas de contato com a sociedade, fazendo nascer uma religião midiaticizada, que opera por meio dos dispositivos comunicacionais e se hibridiza.

Portanto, a pretensão desse trabalho é compreender como, a partir da interface mídia/religião, surgem novos vínculos na transmissão da mensagem entre a religião e a sociedade e como assim parecem surgir novas linguagens e formas de ser religioso.

2. O RETORNO À RELIGIÃO

“Contudo, as pessoas não se acostumam a viver sem encanto, sem mistérios, sem mitos, sem ritos” (MARTIN-BARBERO, 1995, p.55, tradução nossa)

A sociedade moderna é racional. Essa é a matriz do conceito de secularização segundo Martin-Barbero: um mundo regido pela racionalidade instrumental, fria, pragmática, funcional. Para o autor, um mundo secular é “um mundo que conquista progressivamente sua autonomia cultural, ideológica, cognitiva, das crenças, dos credos e das instituições religiosas de qualquer tipo.” (MARTIN-BARBERO, 1995, p. 57, tradução nossa). Entretanto, a sociedade tem cada vez mais buscado formas de se conectar a algum tipo de “verdade eterna [...], hábitos mais duradouros, num mundo cambiante” (HARVEY, 2014, p. ?), e uma dessas formas de conexão é o retorno à religião que Martin-Barbero chama de “reencantamento” (MARTIN-BARBERO, 1995, p. 59, tradução nossa).

Com as mudanças trazidas pela pós-modernidade, parecem surgir novas formas de contato com o sagrado o que pode ser explicado pelas identidades serem agora mais fluidas, fragmentadas, plurais (HALL, 2014) fazendo com que os sujeitos procurem a religião que melhor se adapte a seus estilos de vida. Dessa forma, para Bruno Weber, as instituições religiosas precisam oferecer “produtos religiosos” que atendam às diversidades de identidades:

O constante trânsito propiciado pelas sociedades cosmopolitas faz com que o indivíduo enfrente de tempos em tempos uma situação de adaptação, procure primordialmente resolver questões imediatas do seu novo lugar, geográfico ou social, de modo que as respostas àquelas perguntas existenciais ficam para um segundo momento. As novas relações têm um estreito escopo e um baixo valor para o indivíduo, mas são recompensas indispensáveis para o recém-

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

chegado, tanto para as suas necessidades econômicas como para as sociais. Por mais tempo que demore para se conseguir as recompensas fundamentais, as questões de largo escopo emergirão em algum momento. Cabe às organizações religiosas, portanto, oferecer produtos religiosos que atendam a diversidade de uma sociedade cosmopolita. O pluralismo proporcionado pelo progresso cultural, ao contrário da perspectiva de Berger, na verdade é um reavivamento da religião, ou se preferirmos uma expressão ainda menos dúbia, promove a dessecularização da sociedade. (WEBER, 2012, p.12)

Não nos parece estranho falar em produtos religiosos, visto que estamos imersos em uma sociedade de consumo, onde tudo parece se tornar mercadoria (FEATHERSTONE, 1995). Assim, hoje se pode identificar um verdadeiro mercado religioso que cresce junto com a “dessecularização” da sociedade. Os indivíduos tornam-se consumidores não apenas de bens, mas de símbolos, estilos de vida e porque não da fé, sendo capazes de escolher dentre as ofertas do mercado religioso, aquela que mais lhe agrada e que contribui para sua aproximação com o divino. Daí vemos o surgimento de inúmeros novos grupos religiosos, como a ascensão do neopentecostalismo¹. E, esse mercado, como todo o mercado de consumo, está intimamente ligado aos meios de comunicação que passam a ocupar lugar estratégico na relação dos indivíduos com o sagrado e vice-versa.

O modo de ser religioso parece, cada vez mais, sair da esfera onde toda forma de aproximação divina se dá no seio da instituição religiosa e da tradição, se deslocando para a mídia, que se mostra como uma nova instância organizadora das relações sociais. O reencantamento acontece dentro de uma experiência mediada, onde a mídia opera não apenas amplificando a voz do discurso religioso mas se torna o elemento fundamental desse retorno ao contato com o religioso, com a celebração religiosa (MARTIN-BARBERO, 1995).

¹ Segundo Adilson José Francisco, o neopentecostalismo é uma modalidade religiosa evangélica, inspirada no modelo das “igrejas eletrônicas” norte-americanas, que surge no Brasil no final da década de 1970. Em sua diversidade de igrejas, o neopentecostalismo guarda, por um lado, semelhanças com o pentecostalismo clássico – ênfase nos dons do Espírito Santo como explicação para curas, milagres e interpretação bíblica – e, por outro, exibe diferenças em relação a esse pentecostalismo no que tange a: liberação de hábitos da vida cotidiana, com formas de vestir, defesa da “teologia da prosperidade”; acentuada ênfase na atuação do diabo como explicação dos males, combates às religiões mediúnicas e ao catolicismo; extensa prática de rituais de cura e exorcismos; ostensiva atuação midiática e político-partidária, estruturada, em geral, com base no modelo de gestão empresarial adotado pela Igreja Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça de Deus, Renascer em Cristo, Mundial do Poder de Deus, Ministério Sal da Terra, e uma miríade de denominações evangélicas de origem mais recente. (FRANCISCO, 2014, p. 14,15)

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

Se assim for, se realmente os meios e as religiões têm se redescoberto porque ambos são mediações fundamentais da necessidade que as pessoas sentem de voltar à magia, de retornar ao mistério, de que se devolva a sedução para o mundo então tem acontecido algo muito curioso: Enfrentando a promessa moderna, ilustrada do desaparecimento da religião, o que podemos perceber é que a religião tem sido modernizada, a religião tem sido capaz de se apropriar da modernidade, tem sido capaz engolir a modernidade e de alguma forma transformá-la em alimento e elemento em seu próprio projeto. O que assistimos, então, não é um conflito entre religião e modernidade, mas sim um cenário moderno das religiões e, esse moderno estaria profundamente ligado aos meios de comunicação, às novas tecnologias de comunicação. (MARTIN-BARBERO, 1995, p.62, tradução nossa).

Barbero destaca que a religião tem conseguido se apropriar da modernidade através do uso dos meios de comunicação. Sabemos que a mídia tem suas características e formas próprias de alcançar o público, logo, a religião precisa utilizar-se do discurso midiático a fim de se aproximar dos indivíduos, o que, conseqüentemente, gera mudanças na linguagem religiosa.

3. A LINGUAGEM RELIGIOSA

Disse-lhe Jesus: Porque me viste, Tomé, creste; bem-aventurados os que não viram e creram. (Jo 20: 29)²

Tomé foi o apóstolo de Jesus que, após a morte de seu mestre, não acreditou nas mulheres que afirmaram tê-lo visto vivo. Ele precisava ver para crer, e no capítulo 20 do evangelho de João é narrada a aparição de Jesus para ele e os outros apóstolos. Então ele finalmente acredita na ressurreição e Jesus o repreende por não acreditar antes de ver.

A linguagem bíblica é marcada por elementos místicos que, para os que nela crêem, não são necessárias provas para se acreditar em suas narrativas. Esse é o princípio bíblico de se ter fé: a certeza das coisas que se esperam e a prova do que não se vê. Durante séculos, essas verdades foram consideradas incontestáveis, e por muitos ainda são, entretanto em um

² Versículo bíblico encontrado no evangelho de João capítulo 20, versículo 29.

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

mundo marcado pela racionalidade científica, onde a afirmação é a de que, para que algo seja real precisa ser provado cientificamente, a verdade da bíblia e conseqüentemente a da religião se tornou contestável.

Mas, segundo Pinto (2002) a religião está inserida dentro de uma racionalidade teológica que se constrói dentro de um patamar de realidade no sistema de crenças, de coerências em que se integram os crentes:

O universo da religião tem de ser transportado para uma outra racionalidade, a teológica, não a científica; trata-se de outra, igualmente racional, detentora de regras, de funções e de um discurso próprio – os discursos religiosos comportam tudo isto: uma lógica própria, uma funcionalidade própria, um léxico específico. (PINTO, 2002, p. 84)

Essa racionalidade teológica dentro da religião cristã tem sua base na bíblia que nunca deixou de ser usada, independente do momento histórico vivido pela igreja. Assim, a racionalidade teológica só tem validade para quem está imerso nela. Para aqueles que conhecem os ensinamentos bíblicos, o discurso religioso tem um significado que pode não fazer tanto sentido fora desse contexto.

Então, o que podemos notar nesse momento de reencantamento, é que a religião, e quando assim falamos nos referimos tanto às instituições religiosas quanto aos fiéis, tem buscado novas formas de expressão da sua verdade, para que os ensinamentos bíblicos possam alcançar e gerar sentido para um público cada vez mais amplo. Historicamente, o cristianismo sempre se apropriou das formas de comunicação disponíveis. As cartas de Paulo, a Bíblia de Guttemberg, as 95 teses de Lutero foram formas de mídia utilizadas para difundir crenças religiosas. O que vemos, é a religião se apropriando dos dispositivos comunicacionais por suas várias possibilidades de transmitir suas verdades a um grande número de pessoas. Entretanto, com o fenômeno da midiatização o que parece ocorrer é não apenas a apropriação de mídias, mas uma mudança na mensagem religiosa, que se utiliza de novos recursos simbólicos para se adequar à linguagem midiática. “Em função desse novo cenário, nota-se que, para fazer religião, hoje, é preciso saber dominar não só a linguagem específica do campo religioso, mas também a da mídia, conhecendo os seus processos e lógicas de funcionamento.” (BORELLI, 2009, p.2).

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

A religião parece adequar-se a uma cultura midiática se hibridizando com a forma tradicional de operação do seu campo. O que parece emergir nessa relação mídia/religião é uma construção de linguagem que une o tradicional e o contemporâneo, o arcaico e o moderno, o sagrado e o profano, o que aponta para a construção de novos diálogos, novas formas de comunicação a fim de alargar os campos dos sentidos e significados do discurso religioso.

O limites desse trabalho não nos permitem uma visão aprofundada do fenômeno da mediatização religiosa, assim, tendo como recorte o meio internet, nossa intenção é detectar algumas formas de apropriação da linguagem midiática no discurso religioso que parecem revelar novas formas de contato com o sagrado.

3.1 NOVAS FORMAS DE LINGUAGEM RELIGIOSA NO CIBERESPAÇO

A noção de ciberespaço está ligada às redes de comunicação digitais. A rede é um emaranhado de relações em fluxo constante, uma concentração de sujeitos com pontos de vista múltiplos que se relacionam por meio da internet. Hoje existem milhares e milhares de microrredes no mundo que conectam seus usuários em uma comunicação mediada por computador (CASTELLS, 1999). A circulação de sons, imagens e informação é abundante e se dá em redes. Ali há mecanismos de busca, que permitem encontrar informação sobre praticamente tudo que se procura, sites dos mais diversos temas e as redes de relacionamento, mais conhecidas como redes sociais, que permitem que pessoas de todas as partes do globo possam interagir a qualquer hora, em qualquer lugar, fragmentando o tempo e o espaço, possibilitando aproximações mesmo que à distância. Esse novo processo em rede, fez com que o sujeito pós-moderno virtualizasse sua vida e as relações sociais, tudo agora feito entre um clique e outro, o que contribui para as identidades se tornarem cada vez mais plurais na pós-modernidade.

A religião no ciberespaço teve que se adaptar às lógicas comunicacionais, deslocando suas práticas de fé, rituais e crenças para dentro do ambiente online. Hoje encontra-se uma oferta de experiências religiosas que antes só estavam disponíveis nas construções físicas das igrejas, nos rituais palpáveis, na figura da autoridade religiosa.

As instituições religiosas oferecem cultos online, transmitindo suas tradições e ritos históricos em rede. Nas redes sociais os pastores, bispos, padres, enfim autoridades religiosas criam perfis onde procuram interagir com os fiéis e levar mensagens bíblicas. Cria-se assim,

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

um ambiente doutrinal, porém mais fluido e podemos dizer mais “consumível”. Dizemos isso, porque vivemos numa sociedade de consumo, onde tudo se torna mercadoria. E a religião como todos os outros segmentos do mercado tem lançado mão de estratégias de marketing para alcançar seu público. Como afirma Martin-Barbero, “os protestantes tem entendido que os meios de comunicação também são reencantadores do mundo, que os meios de comunicação são uma forma de devolver magia à experiência cotidiana das pessoas” (MARTIN-BARBERO, 1995, p.66, tradução nossa).

A linguagem usada na rede parece tentar simplificar ao máximo o discurso bíblico com frases que remetem à bíblia, porém em linguagem mais simples. Examinando a página no facebook do Pastor Lucinho Barreto, por exemplo, pastor do ministério Jovem da Igreja Batista da Lagoinha que tem mais de 1 milhão de seguidores, podemos notar o uso de linguagem despojada, frases curtas, o uso de gírias e jogos de palavras que misturam outras referências culturais além da cristã. Há um uso constante da expressão “Louco por Jesus”, convidando todos a enlouquecer por Cristo. O uso de hashtags que remetem ao termo tais como: “#sejaloucoporjesus” “#jesus freak” também são comuns. Todos os dias há novos vídeos que são compartilhados na página, o “Devocional Freak”, em que o pastor sempre faz uma breve pregação em um cenário moderno com referências de quadrinhos, super heróis e jogos de videogames. Todas as peças gráficas do site, dos vídeos e das redes sociais do pastor são bem construídas, pode-se perceber que há um trabalho de marketing e produção em todo o conteúdo compartilhado, que se torna potencialmente atrativo para uma experimentação religiosa pelo público. Assim, o uso de técnicas comunicacionais parecem tornar o discurso religioso mais inteligível com suas imagens, vídeos e associações simbólicas.

Figura 1 – Postagem Facebook



Fonte: <https://www.facebook.com/prlucinhooficial>

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

A figura acima é um exemplo de publicação da página do pastor Lucinho³. Não é nosso objetivo fazer uma detalhada análise semiótica nesse estudo, entretanto, buscamos na semiótica uma breve análise da linguagem utilizada. Na figura há o uso do nome de quatro figuras bíblicas, os apóstolos Mateus, Marcos, Lucas e João, e também os nomes dos quatro Beatles, onde os quatro primeiros são qualificados e ao mesmo tempo usados para desqualificar os quatro últimos. Há um investimento temático figurativo ao se usar elementos culturais mundialmente famosos, os Beatles, em uma manipulação por sedução - se você curte os apóstolos bíblicos você é melhor – e por provocação - os milhares de fãs dos Beatles não sabem o que é bom. Vemos então uma forma de linguagem persuasiva, muito utilizada no discurso publicitário, usada aqui para convencer que o “produto”, no caso a religião, é melhor que o do concorrente, aqui representado pelo mundo secular.

Segundo Josgrilberg, em uma análise das obras de Michel De Certeau, a apropriação da linguagem do presente é importante para estabelecer uma relação com diferentes interlocutores e colocar em movimento os significados. Certeau foi um defensor do estabelecimento do diálogo com o Outro, salientando que os significados são atualizados através do tempo e portanto, também deve ser a linguagem (CERTEAU apud JOSGRILBERG, 2005).

Abrir-se ao outro, ao estrangeiro, não é abandonar a memória, mas rever, atualizar a linguagem e os significados diante da presença do Outro. Existe uma reciprocidade necessária. Como observa Certeau, o povo judeu é convidado a compreender sua eleição divina, mas entendendo também que os gentios são chamados. (JOSGRILBERG, 2005, p. 118)

Assim, essa apropriação de elementos culturais conhecidos por todos, associados à mensagem religiosa, pode ser uma forma de atualizar a linguagem cristã tornando-a mais palatável ao “Outro”, no caso aqueles para o qual o discurso religioso ainda não tem validade.

³ <https://www.facebook.com/prlucinhooficial> (acesso em 26/07/2015)

3.2 OS FIEIS⁴ COMO PRODUTORES DE NOVAS LINGUAGENS

“No grande espaço da tradição evangélica, as táticas dos crentes destradicionalizam as instituições, mas criam novas autoridades e novos sentidos para ser evangélico, ser cristão” (BELLOTTI, 2013, p.262). A condição de produtor de conteúdo e não apenas receptor (JENKINS, 2006) que a web 2.0 proporciona, permite não apenas instituições e autoridades religiosas de propagarem seus discursos religiosos como também que os cristãos comuns promovam sua fé e suas crenças. Podemos notar várias formas de participação do público na propagação de elementos religiosos, que vão desde o compartilhar e comentar postagens das igrejas e autoridades religiosas potencializando o alcance da mensagem, até a criação de conteúdo próprio como vídeos, imagens, memes, textos relacionados à religião.

Temos assistido ao surgimento de inúmeros canais de assuntos religiosos no ciberespaço que tem alcançado grandes audiências. Na rede onde se encontram alteridades conectadas (SBARDELOTTO, 2014), formam-se então diferentes canais de comunicação que difundem suas crenças de diferentes formas, nas mais diversas linguagens reafirmando a pluralidade de identidades e apontando para novas formas de se viver a religião. Para Sbardelotto “trata-se de uma “bricolagem religiosa” de caráter maleável, fluido e disperso, centralmente marcados por processos comunicacionais” (SBARDELOTTO, 2014, p. 77).

Uma produção cristã que tem se destacado é o canal do Youtube “Desconfinados” que produz vídeos de humor cristão que vão desde situações cotidianas que qualquer cristão pode enfrentar até releituras bíblicas, onde os personagens misturam elementos atuais aos históricos. Um dos vídeos, por exemplo, mostra o profeta Daniel contando sobre a dieta que está fazendo sem glúten e lactose em alusão a história bíblica narrada no livro de Daniel em que o profeta rejeita os manjares do rei Nabucodonosor preferindo se alimentar da sua forma. Ao trazer elementos populares na mídia para dentro da narrativa bíblica, a linguagem religiosa parece se tornar mais palpável, chamando a atenção do público, principalmente dos jovens. Nos comentários dos vídeos, há sempre muitos elogios e comparações com canais seculares como o famoso “Porta dos Fundos”⁵ Não há comentários criticando o vídeo por seu teor cômico ao referir-se à bíblia, o que pode ser explicado por esse não ferir o significado original da história, apenas acrescentar elementos cômicos como expressões populares que são constantemente veiculadas na mídia, promovendo uma identificação com

⁴ O conceito de Fiel é aqui usado como o indivíduo que está vinculado à alguma religião sem estar investido de cargo de autoridade (tais como o de pastor, bispo, apóstolo, missionário etc.)

⁵ Porta do Fundos é o canal da rede social *Youtube* com o maior números de inscritos no Brasil.

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

a linguagem pelos interlocutores, ao contrário de alguns vídeos do Porta Fundos que usam a bíblia para fazer histórias engraçadas porém seculares e que diversas vezes tem recebido críticas de cristãos por ferirem suas crenças.

Segundo Chaves, a autonomia do indivíduo pós-moderno reflete nas concepções e práticas religiosas e a religião transforma-se em uma nova fonte de imaginação simbólica.

A religião passa a ser de foro íntimo, fruto da construção identitária subjetiva e autônoma, que não precisa mais prestar contas a uma tradição ou instituição. Mas mesmo dentro das tradições - para quem adere de forma singular a uma tradição e a ela se vincula - a pluralidade se faz presente também na lógica do subjetivo, da eficácia simbólica e segmentaria, numa autonomia das experiências e de referências religiosas onde o indivíduo ou grupo busca reconduzir a tradição a uma visão particular e fragmentada de mundo a partir de ressignificações da semântica desta. (CHAVES, 2010, p.126)

Vemos assim, no ambiente digital novas linguagens religiosas que se desviam dos contextos tradicionais, se adequando às práticas midiáticas o que parece apontar para uma reconstrução de símbolos e elementos religiosos.

3.3 MEMES E LINGUAGEM RELIGIOSA

O termo Meme vem da biologia e está ligado à parte do gene que imita as informações de uma célula para a outra com a possibilidade de sofrer mutações nesse trajeto. No ambiente digital o Meme seria esse gene que se perpetua por meio de replicadores, os usuários das redes, através da imitação. Blackmore deixa essa questão mais clara ao trazer uma definição mais específica. Para a autora:

(...) quando você imita outra pessoa, alguma coisa é passada adiante. Esta “alguma coisa” pode então ser passada adiante novamente, e de novo, e assim ganhar vida própria. Podemos chamar esta coisa uma ideia, uma instrução, um comportamento, uma informação... mas, se nós vamos estudá-la é preciso dar a ela um nome. Felizmente, há um nome. É o “meme” (BLACKMORE, 1999, p. 4, tradução nossa).

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

Talvez hoje o meme seja a linguagem mais popular da internet, e, também tem sido largamente utilizada pela religião. Sua forma mais conhecida são os memes visuais. Trata-se de uma linguagem gráfica para contar histórias que se propagam rapidamente, geralmente com desenhos padronizados e até mesmo vídeos que, dentro de algum contexto, se torna popular na internet ganhando valores simbólicos para representar alguma situação ou sentimento, de modo lúdico. Para Horta “a linguagem do meme permite-nos conceber e comunicar ideias, interpretações, leituras daquilo que nos cerca, que se apresenta a nós enquanto secundidade, e que passa a ser compreendido de determinada maneira, pela sua mediação (os signos, o meme)” (HORTA, 2015, p.97).

A viralização dos memes se dá, principalmente, por meio de compartilhamento nas redes sociais. Em redes como Twitter, Facebook e Instagram é possível encontrar milhares de memes cristãos que, utilizando imagens populares na mídia acrescidas de palavras de cunho religioso propagam mensagens religiosas no ambiente online.

Figura 2 – Meme Gordo Granudo



Fonte: Google Imagens

Figura 3 – Meme Rage Comic



Fonte: memesdanet.com.br

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

Nas figuras acima, podemos detectar formas de mensagens religiosas através do uso de memes. A primeira é uma crítica a pessoas que consideram a religião uma fantasia com a frase: “Acusam cristão de viverem em um mundo de fantasia, gastam 13 horas jogando WOW⁶”. A frase acompanhada da popular imagem “Gordo Granudo”⁷, que já circula em memes desde 2003, cria um meme de ironia para transmitir a mensagem. A figura 3 é um meme “*Rage Comic*”, que são tirinhas elaboradas a partir de *Rage Faces*, desenhos padronizados que se repetem em diversas histórias e que representam o sentimento do personagem em relação à situação retratada. No caso da figura, a tirinha conta a história de Jesus vencendo o diabo com a ressurreição. A última tirinha representa o diabo com a imagem do *Rage Guy*, que foi a primeira *rage face* criada. Ela é utilizada para retratar situações de raiva e frustração.

Os memes também são famosos por darem autonomia para qualquer usuário criar suas histórias. Existem sites que permitem a criação de memes, sendo sua montagem muito simples, e por vezes descuidada, o que faz parte de sua estética e linguagem. Assim, os memes religiosos permitem que os cristãos narrem suas crenças e experiências por meio dessa linguagem gráfica midiática, dando-lhes autonomia para a condução de práticas religiosas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse breve ensaio aponta para como a religião, que hoje concorre com outras propostas simbólicas, tem buscado novas formas de eficácia simbólica para alcançar a preferência dos indivíduos. Nesse sentido, as crenças, práticas e experiências religiosas, advindas tanto das instituições quanto dos indivíduos, se apropriam de novas formas de linguagem, mais especificamente da linguagem já usada pela mídia, para construir sentidos no ambiente midiático digital, no qual os discursos religiosos são refeitos e se hibridizam com outras instâncias sócio-culturais.

⁶ WOW é a abreviação de World of Warcraft, um jogo on-line da produtora Blizzard lançado em 2004. O jogo se passa no mundo fantástico de Azeroth, introduzido no primeiro jogo da série, Warcraft: Orcs & Humans em 1994.

⁷ O Gordo Granudo também chamado de Butthurt Dweller (nome real do personagem) é um meme caracterizado por ser um homem com idade superior a 18 anos, com um rabo de cavalo e óculos que sempre é acompanhado de um texto falando sobre assuntos nerds.

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

Essas questões, embora encaradas como uma solução para o reencontro entre homem e religião, não deixa de ser um desvio das práticas e dos contextos tradicionais que parecem borrar as fronteiras entre o sagrado e o profano. Assim, é importante que os desdobramentos do fenômeno da midiatização e todas as mudanças que o acompanham, continuem sendo analisados para que se entenda o fenômeno por completo.

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELLOTTI, Karina Kosicki. **Ser cristão é muito louco”: os usos da mídia para e pela juventude evangélica no Brasil.** Revista Brasileira de História das Religiões. Maringá – PR, volume 5, Edição Especial, janeiro 2013. Disponível em <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/html>>. Último acesso em 28 de julho de 2015.

BLACKMORE, S. **The meme machine.** Oxford: Oxford University Press, 1999.

BORELLI, Viviane. **Comunidade de Recepção e os Sentidos do Religioso e do Midiático.** In: XIX Encontro Compós PUC-Rio, 2009, Rio de Janeiro. Anais. Disponível em <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_viviane_borelli.pdf> Último acesso em 25 de julho de 2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAVES, Luana Hordones. **Uma análise da relação entre Religião e Modernidade sob a Perspectiva da Globalização.** In: IV Congresso Internacional em Ciências da Religião, PUC-GOÍÁS, 2010, Goiânia. Disponível em <<http://ciberteologia.paulinas.org.br/ciberteologia/wpcontent/uploads/2011/04/anaisdoIVcongresso.pdf>> Último acesso em 27 de agosto de 2015.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 1995.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade.** 10ª. Ed. Rio de Janeiro: Editora Lamparina, 2014

HARVEY, David. **A Condição Pós-Moderna.** São Paulo: Ed. Loyola, 2014.

HORTA, Natália Botelho. **O Meme como Linguagem da Internet: Uma Perspectiva Semiótica.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2006.

JOSGRILBERG, Fábio B. **Cotidiano e Invenção: Os Espaços de Michel de Certeau.** São Paulo: Escrituras Editora, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Secularizacion, Desencanto y Reencantamiento**

I CONACSO - Congresso Nacional de Ciências Sociais: desafios da inserção em contextos contemporâneos. 23 a 25 de setembro de 2015, UFES, Vitória-ES.

Massmediatico. Diálogos de la Comunicación. Lima, n. 41, p. 71-81, mar. 1995. 2004.

PINTO, Paulo Mendes. **Linguagem e Religião Um jogo, de racionalidade, de identidade, de fundamentos.** Revista de Estudos da Religião. nº 4, ano 2002, pp. 81-98. Disponível em <http://www.pucsp.br/rever/rv4_2002/p_pinto.pdf> Último acesso em 27 de julho de 2015.

SBARDELOTTO, Moisés. **Religião Pública: Desdobramentos da Mídiação da Religião na Cultura Digital.** Tear Online. Volume 3. Ano 1 – janeiro-junho 2014. Disponível em: <<http://periodicos.est.edu.br/index.php/tear/article/view/2053/2227>> Último acesso em 29 de julho de 2015.

WEBER, Bruno. **E o que é de César? A compartimentalização em estudo de caso com os fiéis/eleitores da Igreja Universal em Vitória-ES.** Monografia - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Humanas e Naturais, 2012.

WEBER, Max. **A ética protestante e o 'espírito' do capitalismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004.