



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

100 ANOS DE ASSEMBLEIA DE DEUS NA PARAÍBA: COMO O FACEBOOK ALTERA DETERMINADAS PRÁTICAS DE SOCIABILIDADE ENTRE OS FIÉIS

100 YEARS OF ASSEMBLEIA DE DEUS IN PARAÍBA: HOW THE FACEBOOK ALTERES CERTAIN PRACTICES OF SOCIABILITY BETWEEN THE FAITHFUL

Odlinari Ramon Nascimento da Silva¹

Resumo: A página da Assembleia de Deus da Paraíba no Facebook foi criada para divulgar eventos e notícias relacionadas à própria igreja, porém a apropriação dos que seguem a página, a partir de comentários feitos em determinadas postagens, fez com que entrasse em cena elementos de uma comunidade de fala autônoma, inserida em um contexto de midiatização da sociedade. A formação dessa comunidade dá-se em um ambiente institucional onde não existe assembleia deliberativa entre a liderança e os membros da igreja, a fim de ouvir os membros e atender as suas demandas. Este artigo é um recorte da dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, vinculado à Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Palavras-chave: Sociabilidade digital; Apropriação; Práticas sociais; Midiatização.

Abstract: The page of the Assembleia de Deus da Paraíba on Facebook was created to spread events and news related to the church itself, but the appropriation of those who follow the page, from comments made on certain posts, brought with it elements of an autonomous speech community, inserted in a context of mediatization of society. The formation of this community takes place in an institutional environment where there is no deliberative assembly between the leadership and the members of the church, in order to listen to the members and meet their demands. This article is a cut of the dissertation

¹ Professor substituto de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Mestre em Estudos da Mídia pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da UFRN. É bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Radialismo, pela UFPB. E-mail: contatoderamon@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

defended in the Graduate Program in Media Studies, linked to the Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Keywords: Digital Sociability; Appropriation; Social Practices; Mediatization.

Introdução

O processo de mediatização atual da sociedade “empurrou” a relação da mídia com a religião e vice-versa para uma outra lógica de funcionamento. Muitas denominações religiosas, dentre elas as evangélicas, ainda percebem a mídia como uma ferramenta de uso para propagação da mensagem cristã. O fato é que a mídia já deixou a bastante tempo de ser uma ferramenta de uso para ser um ambiente de vivência nômade. Nós transitamos no ciberespaço e nas mídias em ambientes multiplataforma.

A liderança da Assembleia de Deus na Paraíba (ADPB) compreende que o Facebook, o Instagram, o Twitter e até a revista impressa são meramente meios de transmissão do discurso assembleiano e da propagação do Evangelho de Cristo. Hoje em dia é importante perceber o “uso” da mídia para além de sua transmissão. A mídia é constituição do próprio funcionamento institucional. O Facebook não só reproduz práticas da sociabilidade e da religião como também as reconfigura chegando até a criar outras práticas.

Aliás, o funcionamento midiático hoje está tão alinhado ao funcionamento das instituições que parece que um não vive mais sem o outro. São lógicas distintas, mas que se entrecruzam, deixando de ser apenas uma ferramenta auxiliar para ser uma ferramenta constituinte, pois “as mídias perdem este lugar de auxiliaridade e passa a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais” (Fausto Neto, 2008, p.93).

Neste artigo, o leitor e a leitora poderão perceber como a plataforma Facebook contribuiu para alterar determinadas práticas de sociabilidade entre os fiéis assembleianos, através da apropriação da página da igreja no Facebook ADPB Oficial e como essa referência midiática também contribuiu para o contexto de mediatização da igreja, indo muito além daquilo que entendemos por mediação. Mas antes de chegarmos



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ao conceito, se faz necessário entender a complexidade da estrutura administrativa da Assembleia de Deus na Paraíba.

A estrutura administrativa da ADPB

A relação entre mídia e religião é algo que nos instiga a pesquisar diante de seus processos e efeitos sociais e comunicacionais. As instituições religiosas, assim como toda a sociedade, midiaticizaram-se² e, cada vez mais, estão investindo financeiramente em mídias na tentativa de se aproximar de seu público alvo.

Uma igreja de grande porte como a Assembleia de Deus mantém uma estrutura administrativa de funcionários, “política” institucional e convencional, cargos, líderes e liderados, professores e alunos, projetos, assalariados e voluntários, assembleias, administradores, mídias, departamentos, hierarquias e outros elementos que constituem essa estrutura.

A Assembleia de Deus na Paraíba, conhecida como ADPB, é a maior denominação evangélica do Estado, segundo dados do IBGE³. A igreja, que hoje conta com aproximadamente 1.000 templos e 120 mil membros⁴ e congregados⁵, ligados à sede de João Pessoa (capital), foi fundada no ano de 1918 num sítio localizado próximo à cidade de Alagoa Grande, município paraibano. Ela é fruto do chamado pentecostalismo clássico que nasceu em Belém do Pará com a vinda de dois missionários suecos, Daniel Berg e Gunnar Vingren, os quais chegaram ao Brasil com o objetivo de evangelização.

A Assembleia de Deus na Paraíba, precisamente nos anos de 1970 e 1980, não incentivava seus fiéis, que aqui são chamados de membros, a assistirem TV, e nem, tampouco, de possuírem um aparelho em suas casas. Houve um período até de resistência a esse meio de comunicação. Hoje, essa mesma igreja sedia um estúdio de uma rádio FM no templo central; a cada dois meses publica uma revista de 16 páginas, com tiragens de 6 a 8 mil exemplares com distribuição gratuita para as igrejas da capital da Paraíba e

² Entendemos que o conceito de midiaticização é bastante amplo, no entanto, existe uma noção, de acordo com Borelli (2010), que constitui-se num complexo e amplo processo em que os dispositivos midiáticos agem sobre práticas sociais dos outros campos, como da religião, estruturando-as e engendrando-as por meios de operações tecnossimbólicas.

³ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a partir do censo feito em 2010.

⁴ Fiéis que foram batizados nas águas.

⁵ Pessoa que participa dos cultos constantemente, mas ainda não é membro.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

algumas do interior; possui também um site de notícias, que atualmente está em construção, e ainda mantém perfis cadastrados nas principais redes sociais, dentre eles, uma página no Facebook com mais de 23.000 fãs⁶.

Os pastores da ADPB são filiados à Convenção de Ministros da Assembleia de Deus no Estado da Paraíba (COMADEP), a qual é ligada em sua estrutura convencional à Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil (CGADB), órgão máximo da estrutura ministerial da denominação que, dentre outros objetivos, tem a missão de promover a união e o intercâmbio entre as Assembleias de Deus no país, conforme está escrito no próprio estatuto da CGADB.

Cada convenção estadual ou regional é dirigida por uma mesa diretora, constituída pelo presidente, dois vice-presidentes, primeiro e segundo secretários e primeiro e segundo tesoureiros. Na Paraíba, existe uma convenção de ministros com sede em João Pessoa e outra sediada na cidade de Campina Grande, cada uma com sua respectiva presidência e mesa diretora.

Sendo uma instância que tem por finalidade congregar os ministros e organizar a vida ministerial de seus filiados, a COMADEP é uma convenção integrada por pastores e evangelistas, no Estado da Paraíba, e configura-se como uma instância a ocupar o primeiro degrau da estrutura diretiva da Assembleia de Deus na Paraíba, não por dirigir membros, mas por dirigir pastores. Porque o estatuto da igreja é um e o estatuto da COMADEP é outro, entidades que possuem CNPJ⁷ distintos.

Essa igreja, com templo central localizado na capital do Estado da Paraíba (João Pessoa), possui uma diretoria composta por: presidente, dois vice-presidentes, primeiro e segundo secretários, primeiro e segundo tesoureiros, secretário executivo de missões e diretor administrativo. É necessário registrar que o presidente da igreja matriz é o mesmo da convenção estadual.

A definição de todos esses cargos está nos ofícios religiosos, que são ocupados por pessoas com os seguintes graus de ordenação, denominados desta maneira em

⁶ Pessoas que curtem a página do Facebook para acompanhar as publicações que o departamento de comunicação da igreja está fazendo.

⁷ Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

sequência do menor para o maior: diácono, presbítero, evangelista e pastor. Ofícios esses que são ocupados apenas por homens casados.

Em relação às atividades da igreja, existem grupos de louvor na ADPB que atendem a diversas faixas etárias, dos tais as crianças, os adolescentes, os jovens, os adultos e os anciãos. Os espaços físicos reservados dentro do templo são garantia de formação desses grupos, que estão ligados por faixa etária, afinidades e talentos. Podemos entender esses grupos como comunidades ou esferas.



Figura 1 - Reunião entre a diretoria da ADPB e o corpo ministerial da igreja / Meeting between the ADPB board and the ministerial body of the church



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Fonte: (ADPB Oficial, 2015)

A instituição religiosa consegue reunir um determinado número de pessoas, formando uma grande comunidade, e cada indivíduo dessa comunidade se identifica com os ideais propagados pelos líderes dessa massa e a partir daí esse indivíduo começa a ser ator de sua própria prática, seja esta religiosa, comunicacional, enfim, prática social.

Com o intuito de aproximar-se cada vez mais do fiel, a igreja começou a “ir” para os dispositivos midiáticos digitais de forma espontânea. Com o *boom* das mídias sociais, a ADPB criou uma página no Facebook e um perfil no Instagram. Porém não é a igreja, por exemplo, quem decide como deve ser o uso de determinado dispositivo, mas sim o público que dela se utiliza. E essa foi uma característica determinante para o surgimento da comunidade de fala, a qual pesquisamos.

Facebook: um ambiente de sociabilidade digital entre os fiéis

A página da Assembleia de Deus no Facebook, denominada de ADPB Oficial⁸, foi idealizada inicialmente para divulgar os eventos da igreja e interagir mais com o público jovem. Mas a apropriação dos usuários, que conheciam e seguiam a página naquele momento, acabou criando uma espécie de ouvidoria para reclamações e debates relacionados aos assuntos da própria igreja. Sem o departamento de comunicação da igreja planejar, surgiu em sua esfera institucional um canal parecido com o serviço de atendimento ao consumidor (SAC) de algumas empresas, no qual os clientes reclamam, sugerem e parabenizam.

O investimento em mídia na ADPB, desde panfletos a campanhas publicitárias de eventos, deu um salto, precisamente na última década. Com o surgimento das mídias sociais, a igreja percebeu que seria prejudicial para sua comunicação institucional e religiosa resistir à Internet, assim como resistiu à TV nos anos anteriores de sua difusão

⁸ Disponível em: < <https://pt-br.facebook.com/souadpb/> >. Acesso em: 25 de maio de 2018.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

no país. Ficar fora das redes sociais digitais causaria um distanciamento entre a igreja e o membro que dela participa. E foram esses e outros elementos que fizeram surgir a problemática de uma pesquisa que resultou em dissertação de mestrado, cujo recorte trouxemos aqui, além de uma atualização das características atuais da página.

Outro elemento que contribuiu decisivamente para o interesse nesse estudo é o fato de sermos envolvidos no processo de comunicação da igreja. Levando em consideração que desenvolvemos conteúdo jornalístico para a Assembleia de Deus em João Pessoa, capital da Paraíba. Esse conteúdo é desenvolvido tanto para o periódico “ADPB em Revista” quanto para o site da igreja⁹. Antes da virada¹⁰ da página no Facebook publicávamos muito mais conteúdos exclusivamente jornalísticos, compartilhando os links das matérias que escrevíamos no site. Depois da virada, a página foi alimentada prioritariamente com conteúdo publicitário, isto não quer dizer que o jornalismo foi deixado de lado. No entanto, a linguagem publicitária foi a estratégia principal nas postagens durante algum tempo e hoje a página tende a retomar os conteúdos exclusivamente jornalísticos.

O objetivo do nosso artigo é apresentar um recorte das características daquilo que denominamos como nova comunidade de fala, a partir de alguns comentários feitos pelos usuários da página ADPB Oficial, no contexto de uma igreja centenária que não apresenta um modelo enquadrado em assembleias deliberativas com os membros¹¹ para ouvir as demandas de seus fiéis. As deliberações existem, porém são pontuais. O Facebook foi a mídia fundamental para a reverberação dos atos de fala dessa comunidade que sociabilizou-se na ambiência digital.

Cibercultura, sociabilidade e apropriação: definições teóricas para o estudo da nova esfera do agir comunicativo

É importante salientar que, enquanto indivíduos, não apenas recebemos informações mas sim tornamo-nos produtores de conteúdos e interagimos com estes.

⁹ Disponível em: < <https://adpb.org.br/> >. Acesso em: 25 de maio de 2018.

¹⁰ Termo popularmente usado por profissionais do marketing para se referir a uma mudança de gênero e de layout nas redes sociais.

¹¹ Esses membros fazem referência ao “membro comum”, ou seja, aqueles que não ocupam nenhum ofício na igreja.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Vivemos a cultura digital em rede (Castells, 2013). O ciberespaço é o ambiente propício para a produção, circulação, distribuição e recepção de toda a informação que circula no planeta. Segundo Lemos e Lévy (2010), saímos de uma sociedade que possuía apenas um fluxo massivo industrial informacional e agora estamos numa sociedade em que ao fluxo massivo juntam-se funções pós-massivas pós-industriais conversacionais.

Nosso então objeto de pesquisa, mesmo sendo recortado a partir de sua ambiência nos dispositivos digitais, também está inserido no campo social da religião, um campo já consolidado na sociedade e caracterizado por sua tradicionalidade, o qual teve de apropriar-se desses espaços comunicacionais, gerando outros fenômenos da comunicação, a partir da utilização dos meios tradicionais e digitais de comunicação, ou seja, tanto a prática religiosa quanto o uso institucional, por parte da liderança e dos fiéis, começaram a ser gerados numa outra ambiência. E foi nessa ambiência que a análise foi feita.

Antes da Internet tínhamos “acesso” aos meios tradicionais de comunicação, os quais eram controlados por empresários e pelo próprio Estado dentro de um espectro de poder central. O rádio, a TV e o jornal impresso eram os meios de forte penetração na esfera pública, cuja ordem do debate era pautada pela grande imprensa capitalista e de mercado. O fluxo de informação de tais meios era operado no modelo “um para todos” ou “um-um”, no caso da comunicação individual e “ponto-a-ponto”, cuja referência se dar às cartas e ao próprio telefone.

Porém com o advento e a democratização da Internet e o uso e apropriação das redes sociais digitais, a população agora tem acesso a um ambiente de comunicação autônoma em que o fluxo de informação dá-se no modelo “todos-todos” e preferivelmente “muitos-muitos”, concordando com Wolton (2007).

“As redes sociais da Internet são espaços de autonomia, muito além do controle de governos e empresas – que, ao longo da história, haviam monopolizado os canais de comunicação como alicerces de seu poder”, diz Castells (2013, p. 07), na sua mais recente obra intitulada de *Redes de Indignação e Esperança*.

A Internet nos proporciona viver em rede e não mais apenas na linearidade da comunicação ponto-a-ponto. Viver socialmente em rede significa estar flutuando nas tramas horizontalizadas da Cibercultura.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

A cibercultura é uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação social. Esse conjunto de tecnologias e processos sociais ditam hoje o ritmo das transformações sociais, culturais e políticas nesse início de século XXI. (Lemos e Lévy, 2010, p. 22)

O especialista Augusto de Franco, no programa CPFL Cultura¹², explicou sobre o que significa viver em rede e viver da rede. Segundo ele, “a mudança não está nos fenômenos sociais, mas as expressões viver em rede e viver da rede estão mudando a natureza daquilo que chamamos de sociedade humana. Logo, a rede não é um atributo da sociedade, ela é a própria sociedade”. O mundo todo continua em rede. E, ainda, de acordo com Augusto de Franco, “rede é fluxo interativo da convivência social. Se as pessoas interagem, acontece o que chamamos de rede”. A diferença é que agora a interatividade está aumentando, porque dispomos de mais dispositivos que nos proporcionam a transmissão em tempo real, sem distância alguma, ou seja, estamos mais próximos um do outro. As conexões destroem fronteiras e essa conectividade vai muito além dos computadores, *tablets* e *smartphones*. Elas se mostram na formação de novos tipos de pensamento e comportamento humano.

Nesse tipo de interação tudo é construído na medida em que este fenômeno de rede acontece, diferentemente da participação. Quando Habermas (1984) estudou o conceito de esfera pública percebe-se que o funcionamento dessa esfera estava na participação dos indivíduos em discutir assuntos de interesse público. Para explicarmos melhor essa questão, vamos lembrar também do nascimento da democracia que nasceu no espaço público (*ágora* grega), porque foi formada uma rede de conversações. Não que esta foi consequência da rede, mas a própria rede criou o ambiente de conversação de assuntos públicos, que antes estavam restritos à esfera fundamentalmente privada. E para ingressar nesta rede democrática era necessário participar dela.

¹² Programa gravado no dia 25 de abril de 2014 e disponível no link: <https://vimeo.com/119117898>
Acesso em: 05 de setembro de 2015.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Hoje não basta apenas participar. É necessário interagir. A sociedade em rede não funciona só na base da participação, hoje o que determina este fluxo é a interação, criada a partir da conexão entre indivíduos. E o que acontece na interação é determinado pelo fluxo, sendo este o interativo da convivência social. Acreditamos que a Internet não é só uma rede mundial de computadores como muitos a conhecem, mas também uma rede de pessoas.

O povo hoje vai às ruas por meio de contato no Twitter, Facebook ou outro tipo de mídia social. Porém a vida está mudando não apenas nas manifestações de rua, isto está acontecendo na igreja, na escola, no trabalho, no Estado e em todas as instituições da sociedade.

Antes de desenvolvermos o conceito de sociabilidade digital, vamos imaginar uma praça de uma cidade do interior, onde todos estão conversando com seus amigos e parentes. Cada grupo falando de um assunto específico, uns concordando e outros discordando com o assunto que está em pauta. Só se ouve barulho dos falantes e nenhum grupo sabe o que o outro está conversando. A praça, local onde está havendo a conversação, é para nós o ciberespaço. E os falantes da página que estamos pesquisando é apenas um grupo na imensidão que esse espaço comporta. Sabemos que existem vários fatores sociais que unem os relacionamentos humanos, mas aqui discutiremos apenas um deles: a fala, ou melhor, o que é dito.

Por enquanto, é necessário compreendermos que essa comunidade é resultado de um conjunto de práticas que estão vinculados à uma sociabilidade comunicativa, a qual é desenvolvida no ciberespaço. De acordo com Martín-Barbero (2014) a experiência cultural audiovisual, abalada pela revolução digital, aponta para a constituição de novas modalidades de comunidade (artística, científica, cultural) e de uma nova esfera do público.

A noção de comunidade de fala, para Máximo (2002), constitui um instrumento conceitual que possibilita analisar o conjunto de códigos interativos compartilhados pelos participantes de um grupo enquanto regras de uso e interpretação da fala, cujo aprendizado confere a competência comunicativa necessária para interagir nesse grupo e ser considerado membro da 'comunidade'. "Os *códigos* orientam a *sociabilidade* produzida no espaço social da lista e podem ser interpretados como *regras* através das



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

quais os participantes usam e interpretam as falas nos processos interativos” (MÁXIMO, 2002, p. 170). A lista da qual Máximo (2002) trata é a Cibercultura-L, uma lista que foi criada para tratar de assuntos relativos à Cibercultura no Brasil e no mundo, e que foi seu objeto de pesquisa durante dissertação de Mestrado.

Georg Simmel (2006), um dos clássicos da Sociologia, entende a sociabilidade como parte da interação entre os indivíduos que comporta uma distinção entre forma e conteúdo. Na concepção do autor, os indivíduos tendo diversas motivações (paixões, desejos, etc.), conteúdos da vida social, interagem a partir delas e se transformam em uma unidade. Esses conteúdos isolados não são sociais. Apenas começam a existir quando os indivíduos interagem adotando formas de cooperação e colaboração, de modo que, quanto mais interação existe no mesmo grupo, ele se torna mais social.

Paralelo a sociação, surge o conceito de sociabilidade: visto que a sociedade é a interação com outro para realizar os conteúdos materiais (individuais), e a partir da percepção de que as sociações envolvem, além dos conteúdos, a própria valorização da sociação pelos indivíduos. E as formas que resultam destes processos ganham vida própria, libertas dos conteúdos e existindo por si mesmas, constituindo a sociabilidade, que transforma a sociação em um valor apreciado em si. Em outras palavras, a sociabilidade é a forma lúdica da sociação (Simmel, 2006, p. 65)

A sociabilidade comunicativa, seja no ambiente digital ou fora dele, propicia experiências novas e altera as já existentes. Mais do que uma rede de computadores, a Internet se apresenta como um fenômeno social que coloca em cena novos espaços de sociabilidade entre os demais que compõem a vida social contemporânea. Neste caso, a noção de sociabilidade é muito mais ampla do que aquela noção do “estar junto na igreja ou em qualquer outro lugar”, ela refere-se também às práticas cotidianas, às suas estratégias, às suas artes de fazer, ao social vinculado à prática.

As particularidades por temas específicos, dos tais os políticos, econômicos, religiosos e outros, são potencializados pelo fato da Internet ser o espaço de interação



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

social. E essa interação social não é apenas estar junto, pois se no contexto assembleiano ou no contexto de qualquer outra igreja, o pastor convoca os fiéis para estarem juntos para adorarem a Deus em comunidade, a Internet é o próprio ambiente social. A convocatória do pastor para formar comunidade na Internet é inexistente, pois a conexão entre indivíduos no ciberespaço vai muito além do estar junto, a questão é que a sociedade vive esta interação e o ciberespaço deixou de ser um ambiente onde vivíamos um tempo e a hora em que quiséssemos, saíamos dele. Hoje estamos o tempo todo conectados. Não vivemos mais *online* e *offline* durante o dia.

A Internet ampliou a noção de espaço público. Potencializou o alcance do verbo. Com o ciberespaço, o lugar de fala foi ampliado. Não há mais fronteira e limitações, pois fora da Internet esse lugar de fala pode se resumir a quatro paredes de uma sala qualquer, enquanto que nesse ambiente de sociabilidade digital, de esfera pública conectada, o limite somos nós mesmos.

Imagine três fiéis, membros da ADPB, os quais congregam em um determinado templo da Assembleia de Deus em João Pessoa/PB. Em uma oportunidade, os três se encontram após o culto e conversam sobre a necessidade de uma reforma urgente no templo e que algumas questões burocráticas administrativas fazem atrasar o início da reforma. Os três resolvem procurar o pastor-presidente em seu gabinete no templo central da ADPB. O pastor os atende e eles relatam a necessidade de reformar, urgentemente, o templo. E o pastor explica para eles todo o trâmite para o início da construção, mas garante começar em breve. Enfim, é possível que a reforma termine, e os próprios membros da igreja não fiquem sabendo da reunião que as três pessoas fizeram com o pastor-presidente solicitando urgência pela necessidade extrema do caso.

Agora imagina este mesmo fato da reforma mudando o lugar de fala ou até mesmo acrescentando um outro lugar! Após a reunião com o pastor, uma daquelas três pessoas, insatisfeitas com o resultado da conversa, resolve fazer uma postagem no seu perfil pessoal ou até mesmo comentar em determinada postagem da página da igreja no Facebook, sua indignação com a demora na reforma do templo. Levemos também em conta que é possível publicar o comentário mesmo antes da reunião ou até mesmo sem necessariamente procurar o pastor. Ele comenta, publica e pronto.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

É lógico que estamos aqui tratando de uma situação hipotética, mas foi justamente isso que aconteceu com os usuários na página ADPB Oficial, provocados por uma postagem em que mostrava a maquete de reforma no templo central após sua conclusão. A análise dessa postagem reservamos para o capítulo 6.

Assim, a apropriação de usuários nos sites de redes sociais pode gerar a formação de comunidades. Isso significa que a interação gerada entre pessoas na página e a apropriação delas no espaço em que ocorre interação que, aqui, estamos chamando de *espaço de fala*, gerou uma nova comunidade, que também estamos chamando de *comunidade de fala*.

E é a Internet que tem o papel de anular a tradicional dicotomia emissor/receptor e de possibilitar canais de informação e comunicação dialógicos, horizontais e eminentemente democráticos, de acordo com Castells (2003).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Petições online pelos membros e atribuição de valor à página ADPB Oficial

É possível ver no conjunto das falas dos usuários da página, que a comunidade de fala desenvolve várias estratégias para convencer a liderança da igreja de que aquelas falas devem ser levadas em conta, tendo em vista a distância ou impossibilidade ou inexistência de lugar específico em que os fiéis possam apontar a insatisfação sobre fatos ocorridos.

A União de Mocidade da Assembleia de Deus organizou um grande evento para a juventude. Com programação de cantores e pastores convidados, o templo central da ADPB, local de realização do evento, que tem capacidade para mais de 1.500 pessoas sentadas, ficou lotado todos os dias. Porém a última noite do evento, aguardava uma presença de público bem maior, também por conta da participação de um cantor bastante conhecido entre os assembleianos. E foi justamente isso que aconteceu, o templo ficou superlotado, a ponto de fecharem as portas antes mesmo do culto começar. Até o próprio pastor da igreja teve dificuldades de entrar no templo. Conseqüentemente, isso gerou uma série de comentários nos perfis de quem postava foto do evento no Facebook. Quando a igreja publicou uma nota na página, pedindo desculpas por não acomodar todo o público dentro do templo, os membros se apropriaram do assunto, e pediram a atenção da liderança para os comentários que estavam sendo postados.

Figura 2 - Usuário chama atenção da direção da igreja para os comentários da página / User calls church's attention to page comments

Atentem aos comentários, direção, coordenação e afins, já que fica difícil todos irem até vocês. Vejam, nossos irmãos voltaram para casa; irmãos vindos de Rio Tinto, deixaram de jantar para não perderem seus lugares; discussões e até brigas foram presenciadas por motivos de barrações. Fiquem atentos, ADPB Oficial Umad-pb Adpb . Esses são só alguns apontamentos; nem falei da minha indignação. Mas parabéns pelo evento, que Deus vos abençoe!

Fonte: (ADPB, 2015)



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

A página ADPB Oficial representa a imagem da instituição assembleiana nas redes sociais digitais, até porque, de todos os perfis mantidos pela igreja, o Facebook é o mais atualizado. Isso quer dizer que, por se tratar de um dispositivo midiático, a igreja precisa planejar os conteúdos publicados. E, principalmente, pelo fato dos membros encararem a página como um espaço em que eles atribuem valor pela marca. Existem muitas páginas no Facebook com o nome de Assembleia de Deus, no entanto, a ADPB Oficial já se tornou um espaço que os membros reconhecem e esperam que a liderança perceba este espaço como tal.

Figura 3 - Usuário atribui valor à página da igreja no Facebook /

User assigns value to church page on Facebook

Que mico, heim! Ainda bem que não compartilhei. Foi por pouco! Afinal, acreditei, tendo em vista estar publicado na página da ADPB Oficial.

Editado · Curtir · 1 · Responder · Mais · 15 de agosto de 2014

Fonte: (ADPB Oficial, 2014)

O comentário tratou-se de uma postagem reproduzida na página relacionada a uma suposta profecia recebida pelo então candidato à Presidência da República, Eduardo Campos, na Assembleia de Deus em Abreu e Lima/PE, no ano de 2014. No entanto, o pastor da igreja de Abreu e Lima, imediatamente publicou uma nota que foi reproduzida pela ADPB Oficial desmentindo o fato. A partir desse momento, a equipe de comunicação da igreja decidiu publicar apenas assuntos relacionados à própria igreja Assembleia de Deus na Paraíba.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Figura 4 - Usuário pede ao pastor para ignorar opiniões contrárias à reforma do templo /
User urges pastor to ignore counter-reform views of temple

Muito linda Pastor, faça mesmo. E esse povo santarrão pare de fazer comentários inconvenientes e trate tais assuntos nas suas igrejas, sejam sabios. Prudencia!!

23 de março de 2013 · Curtir ·  1

Fonte: (ADPB Oficial, 2013)

Esse comentário se refere ao debate que foi iniciado a partir da postagem de uma possível reforma no templo central da ADPB. Alguns membros parabenizaram o projeto, porém, muitos membros trouxeram à tona problemas específicos de suas congregações. Tal comentário é mais um que faz referência ao espaço digital da página ADPB como um ambiente público, conforme Habermas (1984) define a esfera pública como a reunião de pessoas privadas reunidas em um público. Não é nossa intenção discutir neste ponto a questão da deliberação, no entanto, o comentário acima nos faz perceber que existem pessoas que evitam comentar determinados assuntos na página, por entender que a opinião pública gera polêmicas, por conta da apropriação dos membros em publicizar casos que, segundo elas, podem ser resolvidos na esfera privada.

A “voz e vez” das mulheres

As mulheres representam a maior número de fiéis, tanto na instituição quanto no ambiente digital assembleiano, o importante está em perceber que na instância ministerial da igreja, a mulher não tem direito a voz e voto, porém no ambiente digital assembleiano, são elas as que mais se envolvem nas atividades, exercendo o direito de fala nos comentários de postagens que, se não estivessem no ambiente digital, seriam assuntos destinados apenas ao ministério da igreja. Isso significa dizer que, assuntos quando migram para o *online* podem também quebrar determinados padrões estabelecidos historicamente na instituição assembleiana.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Figura 5 - Usuária solicita mais espaço para as mulheres / User requests more space for women

Tem q mudar mta coisa na Assembleia de Deus. Tem q valorizar mais as mulheres. Dá mais espaços para elas trabalharem mais na obra de Deus!

28 de novembro de 2014 · Curtir ·  1 · Responder

Fonte: (ADPB Oficial, 2014)

Esse comentário também pode ser um exemplo concreto da característica das petições *online* da ADPB Oficial, a qual enfatizamos acima, mas resolvemos abordá-lo na característica da voz das mulheres, por ser um pedido feito por uma mulher em solicitação de mais espaços para o público feminino. Esse recorte da página também já sinaliza para uma possível mudança de prática social através da microesfera pública conectada, a qual corresponde a um dos objetivos que propomos trabalhar aqui em nosso artigo. Percebemos que o processo de mediatização alterou a própria prática comunicacional das mulheres na igreja, pois estamos tratando aqui de uma comunidade de fala composta por mulheres que exigem mais espaços na instituição, enquanto que no ambiente *offline* esse tipo de pedido é praticamente inexistente.

Não dá para pensar, nos dias de hoje, a ausência das mulheres na esfera pública como acontecia no tempo da *ágora* grega. Demorou, mas com o decorrer dos anos, as mulheres foram conquistando espaços na sociedade, no Estado e na igreja, este último ainda com ressalvas em se tratando de Assembleia de Deus na Paraíba. As mulheres ainda têm muitos espaços a conquistar, mas especificamente em nossa pesquisa, o que interessa é que elas já representam a maior parcela conectada na microesfera pública assembleiana e não é só isso, são elas quem mais exercem o direito de fala na comunidade a qual pesquisamos. Quando Castells (2013) afirma que as redes sociais da Internet estão muito além do controle de governos e empresas, trazendo a discussão para o nosso recorte de pesquisa, a Assembleia de Deus, enquanto instituição, não permite o direito de voz e voto às mulheres no ministério, mas no ambiente digital ocorre justamente o contrário, as



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

mulheres falam mais e ainda se envolvem em assuntos ministeriais, que fora da Internet, são reservados aos homens. Na comunidade de fala, elas pedem, exigem e parabenizam quando a liderança da igreja faz algo em prol delas:

Figura 6 - O reconhecimento do público feminino Recognition of the female audience

PR. o Sr. est. de parabéns , essas mulheres de Deus merecemmmmmmm ser bem cuidadas, olha estou feliz por elas, que Deus continue te abençoando meu Pr.

8 de maio de 2012 · Curtir

Fonte: (ADPB Oficial, 2012)

Dois anos depois da pesquisa, o Facebook continua alterando práticas na igreja

Quando defendemos a pesquisa enquanto dissertação de mestrado no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídias em julho de 2016, a comunidade de fala assembleiana, gerada na ambiência do Facebook, já estava mudando seu respectivo comportamento.

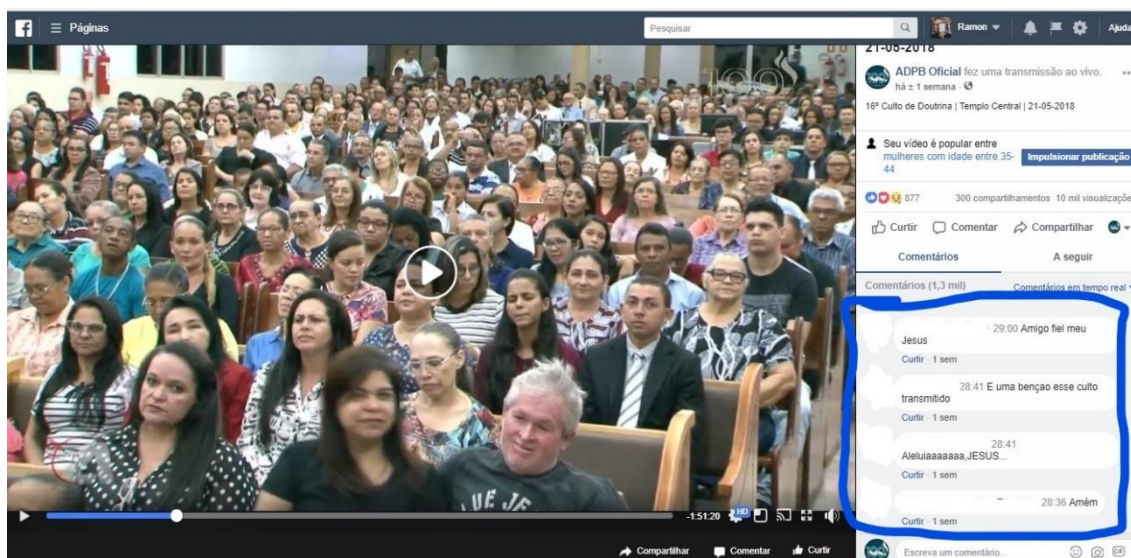
A própria equipe de comunicação da igreja começou a perceber que muitas postagens estavam gerando polêmicas em rede e a mesma não estava acompanhando a crise que estava se instaurando na página, até porque a maioria dos seguidores pertencem à mesma denominação e possuem a mesma identidade, no entanto, em se tratando de gestão institucional cada um quer publicar sua respectiva opinião potencializada pela possibilidade de uma plataforma digital que permitiu a liberação da palavra. No Facebook todos falam, mesmo que nem todos sejam “ouvidos”.

A igreja transmite seus principais cultos pelo YouTube e desde o ano passado começou a transmitir também pelo Facebook. Ao assistirmos a transmissão, é observado como a prática de dar “glórias” e “aleluias” no culto também são recondicionadas ao ambiente digital. Os usuários, no momento do culto, ficam dando “glória a Deus”, “Amém” da mesma forma que aqueles que estão presencialmente no templo. E isso é tão visível porque o Facebook apresenta uma característica de “escrita falante ou escrita oralizante”.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais

Figura 7 – Usuários transferem as “glórias” e “aleluias” para o ambiente digital / Users transfer the "glories" and "hallelujahs" to the digital environment



Fonte: (ADPB Oficial, 2018)

Atualmente, a página ADPB Oficial está sendo movimentada com as transmissões dos cultos, sendo assim, os comentários deixaram de ser estratégias de “cobrança institucional” e passaram a ser “estratégias de retroalimentação do discurso assembleiano”, a qual é uma igreja de natureza pentecostal e o crente que dela participa, o qual não dar “glórias” durante o culto, é porque não expressa sua natureza pentecostal e conseqüentemente não glorifica a Deus.

O fenômeno da mediatização da religião é o responsável por alterar as práticas históricas no contexto da Assembleia de Deus na Paraíba. Hoje, a presença dos fiéis no templo digital com sua devida apropriação midiática nos faz concluir que o ambiente digital não é um ambiente paralelo que a religião se apropria, mas é sim um outro ambiente do qual habitamos e nele as religiosidades e sociabilidades estão em constante reconstrução.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Referências

BORELLI, V. (org.) 2010. *Mídia e Religião: entre o mundo da fé e do fiel*. Rio de Janeiro: E-papers.

CASTELLS, M. 2013. *Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

_____. 2003. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

FAUSTO NETO, Antônio. 2008. Fragmentos de uma «analítica» da midiatização. *Matrizes*, vol. 1, 2008, n. 2, pp. 89-105. Disponível em: < <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/1261/764> >. Acesso em: 04/05/2018.

HABERMAS, J. 2003. *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

_____. *Mudança estrutural da esfera pública*. 1984. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

LACERDA, J. S. 2012. Apontamentos sobre usos e apropriações em telecentros e lan houses comunitários: perspectivas de uma possível cidadania cultural. *In: XI Congresso de ALAIC*. Montevideo: Udelar/Alaic, 2012. v. 1. p. 1-14.

LEMO, A. LÉVY, P. 2010. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus.

_____.; CUNHA, P. (Org.). 2003. *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina.

LÉVY, P. 1999. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34.

MARTÍN-BARBERO, J. 2014. *Diversidade em convergência*. Artigo: *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 15-33, jul./dez.

MÁXIMO, M. E. 2000. Novos caminhos de socialização na Internet. Um estudo das listas eletrônicas de discussão. *In: Reunião Brasileira de Antropologia*, 22ª, 2000, UnB, Brasília.

_____. 2002. *Compartilhando regras de fala: interação e sociabilidade na lista eletrônica de discussão Cibercultura*. 2002. Florianópolis, SC. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Departamento de Antropologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 198 p.

SIMMEL, G. 2006. *Questões fundamentais da Sociologia: indivíduo e sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

WOLTON, D. 2007. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina.