



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGC
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

DANIEL DE ANDRADE LORENZO

TEOLOGIA INCLUSIVA NAS REDES SOCIAIS:
Evangelização inclusiva segundo a Igreja Comunidade Metropolitana em João Pessoa

Linha de Pesquisa: Mídia e Cotidiano
Orientador: Prof. Dr. Henrique Paiva de Magalhães
Data: ____/____/____
Assinatura: _____

João Pessoa
Fevereiro de 2016

DANIEL DE ANDRADE LORENZO

TEOLOGIA INCLUSIVA NAS REDES SOCIAIS:
Evangelização inclusiva segundo a Igreja Comunidade Metropolitana em João Pessoa.

Dissertação apresentada como exigência
parcial para obtenção do título de mestre
em Comunicação Social pela Universidade
Federal da Paraíba.

Orientador: Prof. Dr. Henrique Paiva de
Magalhães

João Pessoa
Fevereiro de 2016

L869t Lorenzo, Daniel de Andrade.
Teologia inclusiva nas redes sociais: evangelização
inclusiva segundo a Igreja Comunidade Metropolitana em João
Pessoa / Daniel de Andrade Lorenzo.- João Pessoa, 2016.
102f.
Orientador: Henrique Paiva de Magalhães
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHL
1. Comunicação social. 2. Alteridade. 3. Facebook.
4. Comunicação institucional. 5. Igrejas inclusivas.

UFPB/BC

CDU: 316.77(043)

DANIEL DE ANDRADE LORENZO

TEOLOGIA INCLUSIVA NAS REDES SOCIAIS:
Evangelização inclusiva segundo a Igreja Comunidade Metropolitana em João Pessoa.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, como parte das exigências para a obtenção do título de mestre.

Local, ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Henrique Paiva de Magalhães
PPGC-UFPB

Prof. Dr. Adriano de Léon
PPGS- UFPB

Prof. Dr. Alberto Ricardo Pessoa
PPGC- UFPB

Ao meu primeiro professor, Fernando Maia Lorenzo.

AGRADECIMENTOS

Ao Deus que me permitiu desconstruí-lo em mim mesmo para começar a perceber a grandiosidade da experiência espiritual além da identidade religiosa.

À Universidade Federal da Paraíba e ao Programa de Pós Graduação em Comunicação.

À Reverenda Rosinha Lima, que teve a disposição de promover o evangelho inclusivo da ICM em João Pessoa.

Aos Reverendos: Cristiano Valério, Márcio Retamero e Igor Simões pelos diálogos inclusivos em que percebi a disponibilidade à informação e ao amor que não faz acepção de pessoas.

Ao estimado pastor Clisten Lima por ser ombro amigo, abraço sincero e disponibilidade à alteridade.

Ao querido pastor Williams Silva, que sempre faz questão de promover a alegria de viver a graça de trabalhar para Deus.

Ao orientador desta travessia, o Profº Henrique Magalhães. Sua paciência, apoio, disponibilidade e companheirismo me inspiraram a acreditar. Muito obrigado por oferecer apoio no momento em que o meu mundo ao redor parou para refletir sobre a efemeridade da vida.

Agradeço também à Profª Diracy Vieira. Querida Dira: obrigado por acreditar, sorrir e chorar sem me permitir pensar em desistir (“ai, meu coração”). Ao também estimado Profº César Colque pelo incentivo a racionalizar processos sem perder o bom humor.

Aos queridos Professores: Marcos Nicolau, Wellington Pereira, Derval Gólzio, Adriano de Léon e Cláudio Paiva. Sigo consciente da necessidade de me aprimorar cada vez mais, e o esforço de cada um não será em vão.

Professor Alberto Ricardo! Aquele café com ideias, conselhos e opinião foi divisor de águas. Muito obrigado por me estimular a aprender a aprender ensinando.

Aos meus queridos colegas da turma 2014.1: a travessia não tem ponto final. Atravessemos! Atravessamos. Em especial: muito obrigado, estimada Simone Macedo.

Aos meus amigos Anne Corrêa, Ana Christina Ataíde, Rebeca Chinarro, Viviane Alexandria, Gian Paiva e Gláucio Carreiro. Em especial: ao meu querido amigo, e Professor, Walter Travassos.

À Joyce Barbosa por me incentivar a não desistir de tentar o mestrado desde o tempo da Livraria Siciliano (onde trabalhávamos para garantir descontos e ainda ler de graça!).

À minha família querida por apoiar a caminhada acadêmica buscando compreender, pouco a pouco, que há sentido em aprender a aprender a ensinar.

Aos queridos alunos com quem tive a oportunidade de aprender a aprender.

À Lícia Mari Dantas que faz parte da minha vida desde os tempos em que nosso compromisso era questionar o futuro do subjuntivo por entender a importância de viver presente no indicativo. *I miss you a lot, dearest best friend.*

Por último, mas sempre em primeiro no meu coração: Vitor Nicodemos.

Reconheço: são parágrafos curtos, que não sintetizam a importância de cada participação durante a travessia. Acredite: há tanta emoção na produção de cada linha, que é melhor ser breve.

“Não existem fatos, apenas interpretações.”

(FRIEDRICH NIETZSCHE)

“Andá com fé eu vou. Que a fé não costuma faiá...”

(GILBERTO GIL)

SUMÁRIO DE IMAGENS

Imagem 1: Banner ICM.....	10
Imagem 2: O senhor é meu pastor.....	11
Imagem 3: Fórum ICM.....	16
Imagem 4: Foto.....	22
Imagem 5: Peça produzida.....	22
Imagem 6: Convite Virtual- Casamento.....	25
Imagem 7: Convite Virtual- Comunitário.....	26
Imagem 8: Converter via <i>Facebook</i>	33
Imagem 9: Curta Fanpage 2013.....	35
Imagem 10: Culto em 2013.....	36
Imagem 11: Institucional em 2015.....	36
Imagem 12: Primeiro contato.....	37
Imagem 13: Cotidiano ICM JPA.....	38
Imagem 14: Presença no culto dominical.....	46
Imagem 15: Batalhas espirituais.....	49
Imagem 16: Silogismo bem x mal.....	50
Imagem 17: Top 10 de redes sociais no BRA.....	60
Imagem 18: Convite virtual ao culto.....	88

SUMÁRIO

RESUMO	11
ABSTRACT	12
1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1. Calvário virtual de reflexões introdutórias.....	13
1.2. Cristianismo inclusivo na pesquisa em comunicação	15
1.3. ICM João Pessoa segundo posicionamento neopentecostal	17
2. METODOLOGIA & COTIDIANO: ANDAR COM FÉ.....	20
2.1. Fórum ICM João Pessoa	21
2.2. O casamento igualitário segundo a ICM João Pessoa no Facebook	25
2.3. Peças publicitárias virtuais à evangelização inclusiva	26
2.3.1. Conteúdo institucional segundo ideal dicotômico.....	27
2.3.2. Conteúdo institucional segundo casamento igualitário.....	31
2.3.3. Observação das cibercotidianidades relacionáveis ao casamento igualitário.....	33
2.4. Dispersão de público: pesquisa combinando whatsapp e formulário digital	36
2.4.1. Pesquisa sobre a dispersão de público	37
2.4.1.1. É possível converter via Facebook?.....	39
2.4.1.2. Meu primeiro contato com a ICM João Pessoa foi através de.....	40
2.4.1.3. Cotidiano religioso inclusivo no Facebook: escala de Likert	44
2.4.1.3.1. Leitura de conteúdo através de fontes que promovem a teologia inclusiva.....	46
2.4.1.3.2. Leitura de conteúdo sobre a ICM João Pessoa segundo comunicação institucional	47
2.4.1.3.3. Leitura de conteúdo através de fontes tradicionais de formação cristã	48
2.4.1.3.4. Evangelismo da teologia inclusiva no Facebook:	49
2.4.1.3.5. Hipóteses descartadas da escala de Likert.....	50
2.4.1.3.6. É possível aprender sobre teologia inclusiva indo aos cultos dominicais?	51
2.4.1.3.7. Reflexões sobre a dispersão de público	52
3. Problemas da teologia inclusiva nas redes sociais.....	54
3.1. Comentários no Facebook fundamentados no senso comum literalista.....	54
3.2. Marginalizados pela tradição, e em destaque nas redes sociais	58
3.3. Marginalizados pela tradição: ide e multiplicai-vos em rede social	60
3.4. Ciberespaço: da comunicação digital à torre de Babel	63
3.5. Cibercotidiano de oportunidades de comunicação religiosa em redes sociais	65
3.6. Reflexões sobre o processo de evangelização no Brasil	68
3.7. Bíblia azul e Bíblia rosa	70

3.8.	Efeitos Halo e Mateus: intenção e aceitação da propaganda cristã inclusiva	71
3.9.	Conteúdo religioso em rede social segundo Palo Alto.....	74
3.10.	Ide e comunicai com alteridade, autoridade e prosperidade	76
3.11.	Paradoxos da mensagem inclusiva na rede social Facebook.....	78
3.12.	Evangelização em rede social.....	82
3.13.	Reflexões sobre religião na era das redes sociais	85
3.14.	Laços fortes e laços fracos no evangelismo brasileiro em rede social	85
3.15.	Educação religiosa em rede social	88
3.16.	Identidade virtual evangelizadora exclusiva a evangelizados.....	89
3.17.	A teologia inclusiva segundo a ICM João Pessoa nas redes sociais	93
4.	Reflexões para as próximas jornadas: andar com fé	96
5.	REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO	99
6.	REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO- Vídeos.....	102

RESUMO

A dissertação apresenta estudo sobre a intenção à propagação, em rede social, de peças publicitárias institucionais de inspiração à interpretação dogmática cristã inclusiva. O estudo foi produzido através da observação participativa numa comunidade evangélica em desenvolvimento em João Pessoa, e que busca se diferenciar enaltecendo a importância do casamento religioso entre pessoas do mesmo sexo. Dialogando através de métodos indutivo e hipotético-dedutivo foram, primeiramente, produzidas hipóteses especulativas, que, expostas a narrativa cotidiana de reflexões sobre teorias da comunicação e mídias digitais, elucidaram limites e limitações do evangelismo inclusivo em conteúdo religioso compartilhado em rede social virtual. De forma a compreender o cotidiano em comunidade, desenvolveu-se a pesquisa para avaliar hipóteses sobre a visibilidade institucional do movimento em rede social em contraste com a crescente dispersão de público. Observamos o desenvolvimento de bolhas ideológicas onde à propagação da mensagem inclusiva, em busca de novos adeptos ao cristianismo inclusivo na rede social *Facebook*, tem seus efeitos atenuados desde os algoritmos de proximidade a contradições interpretativas motivadas pela simplificação dicotômica de argumentos. Em contrapartida, percebe-se o compartilhamento de conteúdo de inspiração cristã como expressão individual de testificar a experiência religiosa em comunidade, e, simultaneamente, propagar a representatividade segundo princípios do que Watts (2013) sugere como efeitos Halo e Mateus. Neste contexto, a pesquisa científica em comunicação social é apresentada como leitura metodológica de recortes de processos fluídos, inexatos, e fundamentais a compreensão do estudo através de diálogos entre teorias da Escola de Palo Alto e percepções sobre o cibercotidiano em fórum virtual da ICM João Pessoa na rede social *Facebook*.

Palavras-chave: Alteridade. *Facebook*. Comunicação institucional. Igrejas inclusivas.

ABSTRACT

The dissertation presents a study on the intention to spread in social networking, institutional advertisements of inspiration to inclusive Christian dogmatic interpretation. The study was produced by participant observation in an evangelical community in developing João Pessoa, and seeks to differentiate highlighting the importance of religious same-sex marriage. Dialogue through inductive and deductive methods hypothetical was first produced a speculative hypothesis, which, exposed to everyday narrative reflections on theories of communication and digital media, elucidated limits and limitations of inclusive evangelism religious content shared on social networking site. In order to understand the community in everyday life, the research was carried out to evaluate hypotheses about the institutional visibility of the movement on the social network in contrast to the increasing public dispersion. We observe the development of ideological bubbles where the spread of inclusive message, searching for new fans to inclusive Christianity in social network *Facebook*, has mitigated the effects from the proximity of the interpretive algorithms contradictions motivated by simplifying dichotomous arguments. By contrast, one sees the sharing of Christian inspiration contents as an individual expression to testify religious experience in the community and simultaneously spread the representation according to principles than Watts (2013) suggests as Halo and Matthew effects. In this context, scientific research in social communication is presented as a methodological reading clippings fluid processes, inaccurate, and fundamental understanding of the study through dialogues between theories of the Palo Alto School and perceptions of cibercotidiano virtual forum ICM Joao Pessoa on the *Facebook* social network.

Keywords: Otherness . *Facebook*. Institutional communication. Inclusive churches.

1. INTRODUÇÃO

1.1. Calvário virtual de reflexões introdutórias

Andar com fé. Passo a passo, apresentamos perspectivas de uma peregrinação virtual, voluntária, e por diversas vezes solitária, onde naturalmente adentramos em reflexões sobre dicotomias, conexões, cotidiano, e identidades em comunicação social.

No decorrer da travessia, produzimos diálogos possíveis entre metodologia e referencial teórico que nos serviram como guias diante de atalhos que pareciam convergir para caminhos fundamentados em senso comum.

Ressaltamos: não temos a pretensão, nem o interesse, em desconstruir dogmas porque há paixões, desenvolvidas sobre variáveis incontroláveis e individuais, que transcendem a necessidade de conceituação definitiva. Por melhor que seja o recorte do fato, teremos no máximo um retrato instantâneo do primeiro momento em que se cruzou o rio¹.

O resultado desta proposta científica é uma narrativa do cotidiano religioso à luz da Publicidade e Propaganda com intenção a sobrevivência e manutenção de tradições religiosas diante de ventos seculares digitais.

Compreendemos a humanidade como esforço comum à educação de padrões comportamentais que diferenciem o ser humano do ser natural, através dos exercícios de estudo e observação para reflexão.

De forma a nos permitir a oportunidade de conhecer argumentos além de expectativas, buscamos observar o cotidiano em comunicação social segundo posicionamento observador participante da comunidade religiosa em desenvolvimento.

O estudo do fórum, exclusivo, no *Facebook* sugeriu a conveniência de também frequentar eventos e cultos dominicais.

No decorrer da travessia, alternamos períodos de vivência e distanciamento do objeto de pesquisa no intuito de produzir a análise de um recorte segundo mídia e cotidiano. Assistimos à diversidade de paixões individuais em estranhamento, entranhamento e desentranhamento.

A propaganda inclusiva cristã em publicidade e propaganda tende a perspectivas de intenção e aceitação de dogmas adequados à compreensão simplificada do livre arbítrio para convívio social. Quem aceita a interpretação adequada a edificar a comunidade cristã será

¹ Fazemos referência à frase atribuída ao filósofo Heráclito de Éfeso: “nenhum homem pode atravessar o mesmo rio duas vezes, porque nem o homem nem o rio são os mesmos.”

bem vindo. Quem questiona, contraria ou produz material contrário ao propósito, é antagônico.

Sobre os processos midiáticos e a construção de religiosidades, corroboramos com argumento de Fausto (2001, Internet) sobre a necessidade de ter atenção ao contexto e interdisciplinaridade para observar os discursos religiosos.

O trabalho de produção de sentido é, hoje, uma atividade que se caracteriza por dimensões necessariamente multi-institucionais e multi-discursivas, evidenciando a importância que têm para o exame deste objeto, a problemática da "ordem dos discursos" ou, quando não menos, o velho axioma: um discurso é sempre codeterminado por outro discurso. (FAUSTO, 2001, Internet).

Atentos ao rigor científico, presente em comunicação com as narrativas do cotidiano, produzimos hipóteses especulativas e relacionais em conformidade a pretensão de compreender limites e limitações de estratégias de comunicação institucional religiosa em rede social.

Navega-se na internet sob um contínuo dilúvio de dados na era da informação. Diferente da metáfora bíblica para o primeiro fim do mundo, buscamos estudar o nascimento de uma igreja inclusiva, através do viés da comunicação, num momento onde se discute a morte e o renascimento de religiosidades.

Durante a travessia percebemos, gradativamente, a formação virtual de ilhas ideológicas em construções e desconstruções de paradigmas sociais. Em rede social, algoritmos aproximam ideias, reinterpretações de normas, saturação de dogmas, e propagação da existência de cotidianidades de grupos marginalizados para parecer invisíveis socialmente.

Sobre um referencial teórico, que nos serviu como barco metodológico onde, por diversas vezes, se navegou em indução e dedução, observamos diversidade de conteúdo virtual que veio à tona sem pedir licença ou a benção divina. Hasteamos velas para não apenas aproveitar ventos seculares como também ampliar o próprio campo de visão em comunicação com outras áreas de desenvolvimento da experiência e conhecimento.

O problema é que, apesar dos efeitos sociodiscursivos da reflexibilidade, não se sabe exatamente, isto é, em termos de sistematização cognitiva, do que se está falando quando se diz informação. Pode-se mesmo escrever um trabalho de grande fôlego sobre a era da informação sem a devida categorização conceitual. Em outras palavras, não se está aqui afirmando que o campo de pesquisas da comunicação seja invertebrado, e sim que é fraca a sua vertebração conceitual. (SODRÉ, 2014, p.12)

Pouco a pouco as distâncias entre diferentes pontos de vista tendem a ser diluídas através das culturas de convergência e conexões. Entretanto, acreditamos que a influência da visão do colonizador sobre o colonizado pode limitar a visão de um mundo conectado.

Aproximamos nossas “lentes de pretensões científicas” daqueles que propagam a liberdade de crença para tornar visível, e representativo, movimentos informais de marginalizados por uma educação fundamentalmente preocupada na manutenção de um padrão heterossexual sacramentado.

1.2. Cristianismo inclusivo na pesquisa em comunicação

Ousamos não conceituar comunicação em religião por reconhecer polissemias onde a diversidade de sentidos, e interpretações, variará conforme o contexto.

A própria concepção do cotidiano tende a ser fluída, e nos foi interessante observar os esforços da comunidade religiosa em fazer uso da comunicação em rede social como ferramenta de evangelismo cristão para aumentar público e crescer em visibilidade.

A pregação de valores busca significar-se em conversões individuais a concepção de um cristianismo radicalmente inclusivo, onde todo ser humano deve ser aceito. Faz-se importante destacar que a mensagem do cristianismo radicalmente inclusivo também assegura que a escolha não isenta o indivíduo de martírios, mas promete graça e prosperidade diante dos escarnecedores².

Neste viés, deve-se aceitar que os desígnios de Deus ao homem fazem parte de mistérios que transcendem a racionalidade. Percebemos que o discurso sobre inspiração em educação religiosa tradicional tende a promover reflexões positivistas que reduzem a complexidade de inevidências e dúvidas à crença de que o ser humano não está preparado para compreender aspectos divinos.

Através de lentes aguçadas pela busca por padrões, como variáveis capazes de estabelecer uma moldura científica sobre o recorte, deduzimos que o discurso religioso deriva de uma compreensão comum à inflexibilidade em diálogos onde exista a intenção ao questionamento de dogmas.

Em conteúdo religioso virtual, com intenção a propagação de valores inclusivos, tendemos a perceber mandamentos divinos que devem ser aceitos pelos fiéis como superiores

² Segundo o glossário cristão protestante, disponível em < <https://obramaranata.wordpress.com/glossario/> > , acessado em 10/07/2015, temos por escarnecedores a seguinte definição: “Para os mais radicais, todo aquele que não é da “Obra” ou aqueles que não conhecem verdadeiramente o Senhor Jesus. Os opositores e contestadores das doutrinas da Maranata são enquadrados muitas vezes nessa categoria”.

ao regimento de normas laicas para convívio em diversidade social. De forma a atestar a veracidade do conteúdo, seja no virtual ou em peças publicitárias em formato tradicional, verificamos a importância dada ao acréscimo de trechos bíblicos.



A imagem 1 foi produzida em agosto de 2015 através de um smartphone Galaxy S5 em culto dominical no espaço reservado a ICM João Pessoa. Reproduzimos a imagem do banner, que é padrão em todas as ICMs em território nacional desde 2013, por também reconhecê-la em materiais impressos e virtuais da instituição.

A mensagem “Sou a imagem e semelhança de Deus³, e só Deus pode me julgar⁴” remete a diferentes versículos bíblicos combinados à intenção da mensagem inclusiva. Em conformidade ao posicionamento segundo conversão cristã, verificamos que o princípio do ideal inclusivo é reafirmar que todo cristão deve se perceber como filho de Deus num contexto onde o julgamento divino, diante de incoerências a experiência religiosa, transcende a opinião humana.

O empenho ao empoderamento da performance religiosa, sob influência de dogmas e normas tradicionais, está presente no discurso, mas pode ser compreendido de forma superficial entre os fiéis. Conforme pesquisa entre participantes da ICM João Pessoa, destacamos que o compromisso maior pode estar em vivenciar a experiência religiosa entre semelhantes tradicionalmente segregados pela identidade em desacordo ao padrão *heteronormativo*⁵.

³Mensagem adaptada do versículo bíblico em Gênesis 1:26, onde se atribui a Deus a seguinte mensagem: “façamos o homem à nossa imagem, conforme a nossa semelhança.”

⁴Dentre as diversas passagens bíblicas sobre julgamento divino, destacamos João 7:24. Assim diz: “Não julgueis pela aparência mas julgai segundo o reto juízo.”

⁵Compreendemos por heteronormativo segundo expectativa comportamental adequada ao padrão heterossexual em que seres humanos são divididos entre sexo masculino e sexo feminino.



Verificamos na imagem 2, compartilhada no perfil da ICM nacional em 2014, argumento semelhante ao da imagem anterior. Percebe-se o enfrentamento ao preconceito.

Compreendemos também a diversidade de variáveis internas e externas que influenciam durante o processo de comunicação, e aceitação, sobre o conteúdo da mensagem como verdade condicionada à educação religiosa individual.

Optamos por refletir a comunicação segundo processos inexatos onde o positivismo é naturalmente visto com ressalvas, ainda que se busque, de forma objetiva, ressaltar ou refutar teorias da comunicação adequadas ao cotidiano religioso inclusivo.

Adiante apresentaremos reflexões sobre a importância de uma educação prévia de valores cristãos que afetam na intenção e aceitabilidade da mensagem em comunidade, e apenas ressaltamos que nos atemos a observar e estudar os fatos sociais relacionados à perspectiva da comunicação social segundo a linha de pesquisa de mídia e cotidiano.

1.3.ICM João Pessoa segundo posicionamento neopentecostal

Esforçamo-nos em desvelar evidências científicas. No entanto, percebemos pistas inexatas onde a concepção de mundo segundo a religião tende a ser insatisfatória a quem não tem fé em conceitos consagrados pela própria, e individual, interpretação da fé. É crer para vir e ver.

Mesmo na ciência, o viés cognitivo e raciocínio motivado desempenham papéis perigosos. Espera-se que os cientistas sigam evidências, mesmo que elas contradigam suas crenças preexistentes; e ainda assim, com mais frequência do que deveriam, eles questionam as evidências, não suas crenças. O resultado, como o físico Max Planck reconheceu, é que por vezes “uma nova verdade científica triunfa não por convencer seus oponentes e fazê-los enxergar a luz, mas principalmente porque seus oponentes eventualmente morrem”. (WATTS, 2013, p. 51).

De forma a simplificar todo o argumento que vier da religião, o conhecimento secular, ávido por evidências científicas, procura compreender os hábitos religiosos como intenção a monólogos pessoais em experiências de valor individual.

Comunica-se consigo mesmo enquanto se busca comunicação com a divindade adequável a própria interpretação do divino. A vontade de fazer contato imediato faz a religiosidade prosperar onde a ciência não consegue respostas satisfatórias. Paradoxalmente se crê na tecnologia para propagar religião enquanto se aproxima do deífico atendendo a proposta de evangelização.

Acompanhamos desde 2013, presencial e através de redes sociais, o nascimento das primeiras igrejas exclusivas em postura radicalmente inclusiva na Paraíba. Desde a bandeira, com detalhes que remetem às cores do arco íris percebia-se a intenção de ser uma igreja simpatizante à inclusão de pessoas homossexuais.

Em conformidade ao nosso recorte de pretensão científica, apresentamos a Igreja da Comunidade Metropolitana em João Pessoa.

A matriz é norte-americana⁶, e foi fundada por Troy Perry em 1968 no contexto histórico de representatividade do orgulho gay pouco após a “Rebelião no Stonewall”⁷.

Segundo história reportada para explicar o surgimento da matriz nos EUA, e que está disponível no site, o seu posicionamento institucional é radicalmente inclusivo e voltado a propagar o evangelho inclusivo às comunidades tradicionalmente marginalizadas por leituras fundamentalistas cristãs.

Além de indivíduos da comunidade LGBTTT⁸, teve em sua primeira formação a presença de afrodescendentes, mães solteiras e outras pessoas que se consideravam hostilizadas socialmente devido à baixa condição financeira.

⁶ Denominada Metropolitan Community Church, tem seu site oficial disponível em: <http://mccchurch.org/> Acessado em 15/07/2015.

⁷ Destacamos o documentário Stonewall Uprising (2013), disponível em: <http://migre.me/qYReY> Acessado em: 28/06/2015.

⁸ Compreendemos por LGBTTT: Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros. A sigla é admitida junto à LGBT por identificar orientações sexuais minoritárias alertando para diversidade de identidades de gênero.

A declaração nos chamou a atenção ao seguinte detalhe: o posicionamento declarado é semelhante ao adotado no surgimento, também em território norte americano, das igrejas pentecostais.

O movimento pentecostal, matriz do neopentecostalismo, e um dos maiores ramos do protestantismo na atualidade, surgiram nos Estados Unidos da América na primeira década do século XX, formado em sua maioria por negros, brancos pobres, desempregados, e subempregados. Era um movimento que, no contexto do seu surgimento, buscava ser uma alternativa à frieza espiritual dos protestantes históricos, que eram influenciados, de um lado, pelo cientificismo e pelo liberalismo teológico, e por outro, pelo conservadorismo. Este último se converteu em um embrião do fundamentalismo religioso protestante e que se constituiu como resposta ao liberalismo teológico e à modernidade. (SILVA, 2014, p. 15).

Faz-se necessário uma ressalva: a matriz da igreja não se declara pentecostal⁹ ou neopentecostal¹⁰, e mantém tradições, e rituais tradicionalmente católicos, que a aproximam da episcopal anglicana. Destacamos também a leitura da radical inclusão segundo esforço a compreensão e propagação de uma teologia queer onde se deve aceitar o ser humano segundo diversidade de identidades de gênero, expressão, sexo e orientação sexual.

O site da igreja promove o interesse ao diálogo junto a diversas instituições, credos e crenças, por entender que a inclusividade deve necessariamente dialogar com alteridade e ecumenismo.

Deduzimos que a percepção da inclusividade segundo a ICM sugere a necessidade de reinterpretar valores cristãos.

⁹ Segundo Robert Santos, do site Igreja Batista Fiel Fundamentalista, tem-se a seguinte definição sobre o Pentecostalismo: “O pentecostalismo é um termo amplo que inclui uma vasta gama de diferentes perspectivas teológicas e organizacionais. Como resultado, não existe nenhuma organização central ou igreja que dirige o movimento. A maioria dos pentecostais se consideram parte de mais grupos cristãos, por exemplo, a maioria deles se identificam como pentecostais protestantes. Muitos abraçam o termo evangélico. O pentecostalismo é teologicamente e historicamente próximo do carismaticismo, uma vez que o influenciou significativamente, alguns pentecostais usam os dois termos indistintamente.” Disponível em: <http://migre.me/qQJ2R> Acessada em: 15/07/2015.

¹⁰ Ainda segundo Robert Santos, a corrente “neopentecostal” é brasileira. Assim definiu: Fundadas por brasileiros, as mais antigas são a Igreja Universal do Reino de Deus (Rio de Janeiro, 1977), liderada pelo bispo Edir Macedo, e a Igreja Internacional da Graça de Deus (Rio de Janeiro, 1980), liderada e fundada pelo missionário R. R. Soares, ambas presentes na área televisiva com seus televangelistas. Posteriormente, temos o surgimento da Renascer em Cristo (São Paulo, 1986) e da Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (Brasília, 1992). De um modo geral, utilizam intensamente a mídia eletrônica e aplicam técnicas de administração empresarial, com uso de marketing, planejamento estatístico, análise de resultados etc. Algumas pregam a Teologia da Prosperidade, pela qual o cristão está destinado à prosperidade terrena, rejeitando os tradicionais usos e costumes austeros dos pentecostais. O neopentecostalismo constitui a vertente pentecostal mais influente, a que mais cresce e também a mais liberal em questões de costumes.” Disponível em: <http://migre.me/qQJ2R> Acessada em: 15/07/2015.

2. METODOLOGIA & COTIDIANO: ANDAR COM FÉ

Em conformidade ao objetivo de estudar a percepção inclusiva de casamento igualitário segundo a Igreja da Comunidade Metropolitana, a metodologia de pesquisa científica adotada combinou métodos em etapas de estudo sob a consciência de evitar parâmetros inflexíveis diante de fatos sociais em desenvolvimento através da leitura fenomenológica.

Entretanto, levamos em consideração que a presente investigação busca apresentar produto de estudo examinado à luz de teorias de comunicação que ilustram processos e estratégias de publicidade e propaganda institucional religiosa.

Como pressuposto, percebe-se a intenção a representatividade social e conversão de descrentes em crentes da proposta inclusiva, e buscamos, durante a presente etapa de estudo em caráter científico, observar a comunicação no cibercotidiano em fórum virtual da ICM João Pessoa na rede social *Facebook*.

Propomos uma pesquisa de caráter netnográfico com abordagens qualitativas, realizada mediante entrevistas a fiéis, convidados, e autoridades religiosas da ICM, para trazer à tona aspectos subjetivos de forma espontânea quanto à publicidade e propaganda institucional compartilhada no *Facebook*.

O site *Facebook*, que oferece serviços adequados ao perfil atual de rede social acessível via internet, corresponde ao objeto de pesquisa. Para se ter acesso à rede social, faz-se necessária a criação de um perfil pessoal segundo formulário eletrônico de informações compartilháveis, ou não, entre demais usuários também representados através de perfis integrados a rede virtual de contatos. O serviço propicia troca de mensagens, notificações automáticas e compartilhamento de conteúdo digital entre usuários classificáveis segundo customização de acesso a leitura e interatividade.

O site foi desenvolvido com pretensão a ser a proposta digital de livros produzidos por universidades americanas para apresentar informações básicas sobre os corpos docente e discente. Distribuídos anualmente entre os discentes, estes livros fazem parte da cultura acadêmica norte americana, e eram reconhecidos como alternativa de integração entre os alunos.

Desde 04 de fevereiro de 2004, o site criado por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, vem sendo desenvolvido para oferecer produtos e serviços além da proposta inicial de integrar os corpos docente e discentes de Harvard. Alcançou 500

milhões de usuários em julho de 2010, quando já possuía o Brasil entre os cinco países com maior número de cadastrados¹¹. Em 04 de outubro de 2012 alcançou a marca de 1 bilhão de usuários ativos, e segue assumindo a posição de principal rede social do mundo na era da internet.

Levamos em consideração o gradativo decréscimo de público como processo natural ao site diante da variedade de novos suportes a redes sociais em ambiente digital, e ainda considerando as propostas de conscientização coletiva quanto aos malefícios do compartilhamento de informações pessoais. Propomos observar o objeto segundo recorte onde o acesso ao *Facebook* tem representatividade no cibercotidiano brasileiro.

O Facebook divulgou dados relativos aos usuários brasileiros da plataforma. A rede social possui 89 milhões de brasileiros que acessam o site todos os meses. O número corresponde a oito de cada dez internautas, sendo que o número total no país chega a 107,7 milhões, segundo a consultoria eMarketer. Os internautas que acessam o Facebook diariamente totalizam cerca de 59 milhões. Os dados são referentes ao segundo trimestre de 2014." O número de acessos de dispositivos móveis cresceu 55%, o que representa 68 milhões de pessoas. No último ano, a base de pessoas ativas na rede aumentou 105%, atingindo 41 milhões de pessoas. (MEIO&MENSAGEM, 2014, Internet)

Dentre as possibilidades de compartilhamento de conteúdo no *Facebook* destacamos os fóruns exclusivos a convidados como cenário ideal a observação participativa de cibercotidianidades em atenção à compreensão do casamento igualitário segundo a ICM João Pessoa.

Fomos convidados desde a primeira formação da ICM João Pessoa em agosto de 2013, e, posteriormente, novamente convidados em agosto de 2014 a uma nova proposta de fórum desenvolvida por dissidentes da formação anterior que decidiram seguir adiante com a marca apoio da ICM nacional.

2.1.Fórum ICM João Pessoa

Os fóruns de discussão no *Facebook* são espaços virtuais, abertos ou exclusivos a membros convidados, destacados a compartilhamento de conteúdo à discussão, ou meramente

¹¹ Matéria "Facebook mostra o raio x de 1 bilhão de usuários" em colaboração para Folha de São Paulo, e editado em 04/10/2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2012/10/1163808-facebook-mostra-o-raio-x-de-1-bilhao-de-usuarios.shtml>

à visualização. Segundo padrão na rede social, toda publicação pode ser curtida, comentada ou compartilhável a partir de parâmetros pré-definidos de privacidade.



A Imagem 3 representa o fórum da ICM João Pessoa. A imagem da capa está vinculada ao fórum desde 18 de agosto de 2015, e representa a “família ICM João Pessoa”. O número de integrantes em destaque não representa o número de frequentadores regulares, e a imagem retrata momento anterior ao novo processo de dispersão de público.

A descrição do fórum apresenta argumentação sobre o posicionamento da igreja. Apesar de não declarar autoria, verificamos que o texto está presente no site da ICM Brasil como Declaração de Missão da ICM¹².

Segundo o fórum da ICM no *Facebook* (2015):

A ICM assumiu sua posição. Como uma das igrejas emergentes no mundo, nós proclamamos uma espiritualidade que é libertadora e suficientemente profunda para abordar as perguntas do nosso mundo caótico e complicado. Nós vivemos a nossa crença de que é na margem que somos abençoados/as e fornecemos muitas formas para as pessoas encontrarem nossa mensagem de libertação e inclusão. Através da implantação de igrejas, da revitalização de igrejas, da internet e nosso trabalho com ações de compaixão e justiça, nós vamos expandir o nosso alcance substancialmente nos próximos anos. A ICM se tornará um nome conhecido por um número crescente de pessoas como um lugar onde todos/as são bem vindos/as e cujo serviço aos excluídos/as é o foco principal do nosso ministério. Seremos líderes no

¹² Disponível em: <http://www.icmbrasil.com/nacional/index.php/sobre-icm/nossa-visao-e-missao>

mundo sobre a união entre espiritualidade e sexualidade, articulando nossa mensagem e disseminando-a de forma efetiva. somos a igreja da inclusão dos Direitos Humanos venha nos visitar Local João Pessoa Bairro dos Estados rua Lionildo Francisco de Oliveira N°239.

Interpretamos a descrição percebendo paradoxos que terminam por influenciar, de forma negativa, a produção e propagação da comunicação institucional.

Destacamos que, apesar de se declarar como “um lugar onde todos/as são bem vindos/as e cujo serviço aos excluídos/as é o foco principal do nosso ministério”, o fórum da ICM João Pessoa é exclusivo a convidados. Em acesso a outros fóruns, percebemos a exclusividade como característica comum nos espaços virtuais que propagam ideais cristãos inclusivos.

Como observadores- participantes em convivência na comunidade virtual, percebemos que o controle no acesso, e a atenção ao conteúdo compartilhado no fórum, se dão como proteção diante de curiosos e cristãos tradicionais compreendidos como ávidos em afirmar que a inclusão cristã contrária a heteronormatividade é heresia¹³.

Qualquer integrante pode produzir, ou mesmo compartilhar, conteúdo para publicar no mural, mas, durante o processo, deverá aguardar avaliação anterior a publicação. Membros destacados a promover os ideais inclusivos no fórum, assim como pastor, que também participa da comunidade em ambiente virtual, têm liberdade para descartar conteúdos desalinhados a enaltecer a proposta do cristianismo inclusivo, assim como expulsar integrantes em desacordo a proposta comunitária.

Estamos cientes dos paradoxos, e, durante estes capítulos de fundamentação teórica retornaremos ao assunto através de reflexões em comunicação segundo alteridade e representatividade.

Realizamos um levantamento bibliográfico segundo publicações em periódicos, livros, artigos científicos e material especializado sobre o tema, de forma a adentrarmos em debates já estabelecidos nos setores acadêmicos e críticos em torno do objeto de estudo aqui proposto.

Simultaneamente a isto, buscamos apontar hipóteses relacionais que indicassem desde o desenvolvimento da comunicação comunitária da filial pessoense da ICM, alinhado ao próprio desenvolvimento e propagação de uma identidade religiosa denominada inclusiva, ao crescimento em número de visitantes ao culto dominical.

¹³ Compreendemos heresia segundo a premissa fundamental de interpretação rejeitada pela igreja, e, por isso, considerada em pecado se compartilhada como verdade além da tradição.

Para acompanhar o desenvolvimento da comunicação comunitária em caráter alternativo se fez necessário o acompanhamento de publicações no fórum, presença em chats exclusivos a convidados da igreja no aplicativo *whatsapp*¹⁴. Pretendemos em oportunidade posterior à dissertação, seguir com a pesquisa tendo o aplicativo em telefonia móvel como veículo complementar da comunicação comunitária por perceber que vem sendo cada vez mais utilizado pelos fiéis da igreja. Uma das vantagens apontadas se dá pela facilidade de acesso ao grupo, sem restrições, a exemplo de locais de trabalho onde o acesso ao site *Facebook* é obstruído segundo critérios de produtividade, e agilidade no compartilhamento de conteúdo.

No que diz respeito ao desenvolvimento da propagação religiosa, pretendíamos em parceria com a ICM, acompanhar o número de visitantes advindos das redes sociais através de pergunta inserida em pesquisa já realizada pelo “Ministério de Acolhimento” em abordagem para cadastro básico de informações de indivíduos moradores nas áreas que abrangem a Grande João Pessoa.

Entretanto, percebemos que a informalidade e flexibilidade diante do compromisso de manter uma unidade em comunidade promoveu, em diferentes momentos sob circunstâncias (circunstâncias) onde expectativas individuais não alcançavam pontos em comum, dispersão de público a outras igrejas de posicionamento inclusivo.

O presente capítulo tem por objetivo apresentar quadro metodológico investigativo em conformidade a etapas de desenvolvimento do plano de estudo, que envolve mídia e cotidiano religioso inclusivo em rede social. Desenvolvemos a seção em quatro pontos fundamentais, que perpassam fases de estudo científico, inspirados em explanação e combinação de métodos hipotético-dedutivo e netnografia.

Consideramos o método hipotético-dedutivo segundo Pereira(2012) para desenvolvimento do estudo sob os seguintes aspectos norteadores: regra da evidência, regra da análise, e regra da síntese. Entretanto, reconhecemos os obstáculos científicos no que diz respeito à pretensão à conceituação de aspectos comunicacionais fluídos, inexatos e sujeitos a variáveis incontrolláveis durante o processo de comunicação social.

O objeto de estudo, que corresponde ao fórum e perfil virtuais da ICM na rede social *Facebook*, foi observado a partir de inspiração netnográfica para produção de relatórios de observação em caderno de anotações. Mantém-se a visão científica do objeto observando

¹⁴ Segundo o site do aplicativo, destacamos que “WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS.” Disponível em: https://www.whatsapp.com/?l=pt_br

normas, ritos e cultura religiosa inclusiva na formação da identidade da comunidade em análise.

Durante a interpretação de dados e levantamento bibliográfico dirigido, buscamos evidências que norteassem a compreensão das ações de comunicação em rede social segundo intenção e aceitabilidade da mensagem. Partimos de pressupostos dedutivos a desconstruções, e possíveis reconstruções, hipotéticas ocorridas durante as etapas de estudo discriminadas a seguir.

2.2.O casamento igualitário segundo a ICM João Pessoa no *Facebook*

Estudamos o conteúdo institucional da Igreja da Comunidade Metropolitana adaptado ao contexto brasileiro disponível em sites e nos perfis institucionais na rede social *Facebook*. Tendo em vista a necessidade de compreender a propagação do conteúdo religioso inclusivo no desenvolvimento da unidade no município de João Pessoa, fizemos opção pela postura de observação participativa com foco na vivência etnográfica desde o segundo semestre de 2013.

O posicionamento institucional da matriz nacional da ICM, que está localizada na capital paulistana, alinha-se à premissa de não ser uma nova religião.

Busca-se propagar uma percepção pastoral cristã dos direitos humanos engajada nas intenções inclusivas de movimentos de direitos civis. A ICM não se posiciona como igreja dos gays, mas seu público majoritário é formado por indivíduos marginalizados socialmente por não corresponderem em plenitude a padrões heteronormativos.

Desde 2011 a ICM adotou uma confissão de fé, que segue sendo recitada nos encontros dominicais em todo Brasil, adaptada do credo cristão indonésio. O discurso pressupõe uma identidade em alinhamento a se perceber como pastoral dos direitos humanos.

Creio em Deus, Pai de todos, que deu a terra a todos os povos e a todos ama sem distinção. Creio em Jesus Cristo, que veio para nos dar coragem, para nos curar do pecado e libertar de toda a opressão. Creio no Espírito Santo, Deus vivo que está entre nós e age em todo o homem e em toda a mulher de boa vontade. Creio na Igreja, posta como um farol para todas as nações, e guiada pelo Espírito Santo a servir todos os povos. Creio nos direitos humanos, na solidariedade entre os povos, na força da não-violência. Creio que todos os homens e mulheres são igualmente humanos. Creio que só existe um direito igual para todos os seres humanos, e que eu não sou livre enquanto uma pessoa permanecer escrava. Creio na beleza, na simplicidade, no amor que abre os braços a todos, na paz sobre a terra. Creio, sempre e apesar de tudo, numa nova humanidade e que Deus criará um novo céu e uma nova terra, onde florescerão o amor, a paz e a justiça. Amém. (ICM, 2014, Internet)

A observação participativa se fez necessária para perceber que o discurso institucional inclusivo propagado em rede social através de fóruns exclusivos aos fiéis participantes entra por diversas vezes em dissonância.

A premissa comum na representatividade de uma instituição religiosa assimila diversidade de identidades sexuais, e atrai desde indivíduos interessados em relacionamento homossexual adaptável aos padrões cristãos a homossexuais em religiosidade condicionada a práticas cristãs individuais.

Em diálogo contínuo com lideranças pastorais e fiéis em diferentes níveis de participação comunitária, percebemos a intenção superficial à inclusão de diversos públicos por entender que se percebem como uma igreja voltada ao público LGBT.

As participações sociais para propagação do ideal estão inseridas em ações representativas de combate à homofobia, mas torna-se válido salientar a intenção à propagação da visibilidade institucional da igreja em rede social na Internet.

Assimila-se que a instituição religiosa recebe apoio da matriz no que diz respeito a conteúdo, experiência compartilhável e treinamento para manutenção do ideal, mas compreende-se o uso de estratégias de publicidade e propaganda de cada unidade em território nacional como forma de captação de recursos para administrar projetos e a própria estrutura física.

Da percepção de hipóteses e conclusões desta etapa surgiu o capítulo de introdução para contextualização do recorte de casamento igualitário segundo a ICM João Pessoa como fato social em análise.

2.3. Peças publicitárias virtuais à evangelização inclusiva

Após a consideração do estudo sobre o posicionamento institucional da igreja no que diz respeito à evangelização inclusiva, em rede social, compreendemos a oportunidade de analisar a intenção ao padrão ideológico em peças publicitárias virtuais reproduzidas e compartilhadas em comunidade.

A avaliação das peças publicitárias tem como veículo de comunicação a rede social *Facebook*, e se contextualiza temporalmente de agosto de 2013 a agosto de 2015.

A proposta é acompanhar o surgimento da intenção à evangelização inclusiva alinhada ao desenvolvimento da identidade da Igreja da Comunidade Metropolitana em João Pessoa.

Desenvolvemos os seguintes parâmetros de classificação das peças publicitárias em atenção à proposta científica sugerida no presente trabalho:

- Diferenciar as peças publicitárias elencadas segundo os conceitos de imagem, ilustração, infográfico e fotomontagem segundo publicações relacionadas à problemática sugerida;
- Avaliar contexto em que a peça publicitária foi publicada em rede social;
- Contextualizar historicamente a publicação em atenção ao cotidiano no ciberespaço, e em observância à possibilidade de impacto social através de número de comentários, compartilhamentos e oportunidades de conteúdo espontâneo reproduzido em veículos tradicionais de comunicação.
- Argumentar se as informações disponíveis na peça em análise acrescentam, desconstroem ou complementam o posicionamento institucional inclusivo da ICM João Pessoa.

Da percepção de hipóteses e conclusões desta etapa desenvolveu-se o subtítulo emparelhado ao desenvolvimento da fundamentação teórica para compreensão das teorias de comunicação envolvidas na propagação do evangelho inclusivo em publicidade e propaganda.

2.3.1. Conteúdo institucional segundo ideal dicotômico

O conteúdo religioso compartilhado pela ICM João Pessoa se retroalimenta de um senso comum que pode prejudicar na diferenciação entre comunidades religiosas.

Levando-se em consideração a experiência profissional e estudos dirigidos a publicidade e propaganda, nos propomos, em setembro de 2013, a oferecer fotos, de pretensão profissional ao compartilhamento em rede social, alinhadas à construção de uma identidade própria, regional e exclusivamente paraibana.

Durante a proposta refletimos sobre a existência de um padrão que atende de forma inconsciente ao senso comum do que se tem como imagens representativas cristãs. Elementos como céu infinito, cruz, trilhas que remetem a caminhada e filtros que deem destaque aos tons em azul são recursos bastante utilizados sob a premissa do evangelismo em comunicação social.

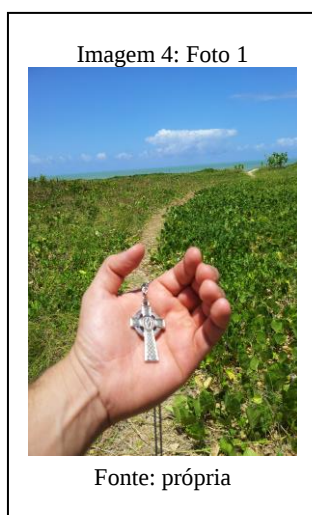
As imagens constroem mensagens- algumas bem fortes- e também as tornam possíveis. Quais são as imagens técnicas disponíveis e o que podem alcançar? Não há dúvida de que classificar as imagens é um negócio bastante arriscado. Os limites que traçamos podem ser vistos como muito estreitos ou muito vagos. (BERGSTROM, 2009, p. 124).

A foto apresentada em Imagem 4 foi registrada na praia do Bessa, aproximadamente às 12:30, no dia 23 de agosto de 2013. Produzimos a partir do smartphone Samsung S2 utilizando a resolução máxima de 8.0 megapixels, e aproveitamos a intensidade da luz do horário para ampliar a quantidade de informações por pixel.

Financeiramente, a instituição não dispõe de recursos para investimento em fotografias profissionais, ou mesmo a contratação formal de um diretor de arte. É natural a liderança, e bem recebido em grande parte das comunidades religiosas em estágio inicial de desenvolvimento, recrutar talentos individuais entre os fiéis para ações alinhadas ao posicionamento da instituição.

Fundamentamo-nos em experiências individuais em fotografia, e sem a utilização de filtros, para ilustrar a metáfora da travessia religiosa usando vegetação e cenário local.

A proposta em foto foi enviada digitalmente a liderança religiosa, e, após aprovação, reencaminhada ao fiel, destacado temporariamente e em caráter experimental, a função de trabalhá-la de forma a gerar uma peça virtual a ser compartilhada. Tem-se como resultado final a Imagem 5.



A igreja não possui manual de marca, e, naquele momento, apresentava uma adaptação da marca exposta pela matriz. Ainda na Imagem 4, percebemos a intenção que se teve de aplicar efeitos que simulem alto relevo na chama e nas bordas que compõem a marca,

e no símbolo da rede social *Facebook* que acompanhava o endereço do perfil virtual institucional.

Avaliamos, também, a aplicação de filtro para saturação das cores da imagem, entretanto observamos que estes efeitos são mais adequados a suportes digitais, e tendem a chamar menos atenção em material impresso. Para diferentes suportes de comunicação é necessário perceber limites, potenciais e limitações técnicas de produção a veiculação.

Idealizamos e produzimos a fotografia sem um briefing formalizado, e, por isso, instintivamente, produzimos a imagem alinhada à ideia comum frequentemente observada em conteúdo evangélico em rede social.

Sob uma visão publicitária, a intenção evangelística da comunicação institucional de comunidades religiosas tende a seguir o padrão comum sem diferenciação além da marca.

Compreendemos as imagens de conteúdo religioso como complementares a mensagens e reflexões cristãs. Segundo Bergström (2009, p. 59) as imagens como mensagens podem ser classificadas em tons informativo, explicativo, direto ou expressivo. No entanto, sugerimos compreender as interpretações possíveis estabelecendo diálogos entre parâmetros complementares.

Elementos tradicionais, adaptados de interpretações tradicionais de metáforas bíblicas, ilustram promessas subjetivas e dogmas seculares. Reconhecemos que análise destes elementos sob uma perspectiva radicalmente inclusiva nos proporcionaria informações relevantes e complementares a presente proposta científica, mas, por hora, buscamos atender ao referencial bibliográfico e metodologia aplicada à problemática adotada.

Sugerimos atenção à cruz na palma da mão como elemento destacado na Imagem 4. Adaptada da cruz celta, a versão ICM traz consigo a associação ao protestantismo reformado. A haste vertical representa a relação entre o homem, na extremidade inferior, e Deus, representado na extremidade superior. O círculo central simboliza a contínua universalidade cristã.

Os quatro espaços vazios entre a cruz e o círculo representam os evangelhos sobre o ministério de Jesus Cristo.

No Brasil, além das Igrejas da Comunidade Metropolitana no Brasil, igrejas como a Igreja Presbiteriana do Brasil, Igreja Anglicana Reformada, Igreja Presbiteriana Independente e Igreja Presbiteriana Unida utilizam a cruz celta. Essas duas últimas, por exemplo, a tem em suas logomarcas oficiais. (ICM BRASIL, 2013, Internet).

A cruz celta está presente nos cultos da ICM João Pessoa. Celebram-se rituais que a aproximam da Igreja Anglicana Reformada, que é de origem norte americana e também conhecida como Episcopal Anglicana.

Entretanto, ressaltamos que a comunidade posiciona-se como evangélica neopentecostal enquanto busca desenvolver uma identidade própria que assimile as diferentes formações religiosas cristãs das lideranças e fiéis.

Produzimos a foto de forma a dar destaque à cruz na palma da mão fazendo referência ao princípio cristão de “carregar a própria cruz”¹⁵, e seguir a vida sobre reflexões religiosas. Além do planejamento prévio em esboço manual, utilizamos do princípio da simetria, através de linhas guias programadas no smartphone para enquadramento no retângulo central, por ser clássico e melhor aceito por diferentes audiências.

Propositalmente, a mão entreaberta protege a cruz enquanto sugere a direção representada pela trilha na mata que compõe o cenário. A imagem remete também às imagens inspiradas em retratar as mãos de Cristo desde o contexto renascentista.

Sobre os demais elementos que compõem o cenário das imagens 4 e 5, remetemos às metáforas tradicionais quanto ao paraíso cristão, ou da vida em paz segundo a condição da prática diária da religião cristã.

Percebemos, mais uma vez, um padrão intuitivo de dicotomias. O contrário de um dia de céu aberto corresponderia às tempestades, que por sua vez inspiram as consequências da vida distante da religião cristã.

Conforme fundamentação teórica em que se afirma a inclusão de trechos bíblicos para testificar o argumento, acrescentou-se “O caminho de Deus é perfeito”¹⁶.

Através de diálogo virtual com o responsável por produzir e compartilhar as artes no fórum deduziu-se que o recurso textual tinha a intenção de reforçar, ou condicionar, a interpretação da trilha na mata à conclusão favorável a conversão ao cristianismo.

A referência inclusiva recorrente em todo conteúdo inclusivo é a presença, direta ou indireta, de elemento que remeta ao arco íris. No que diz respeito à ICM tem-se na própria marca da instituição religiosa a referência das sete cores padrão.

¹⁵Referimo-nos aos versículos no livro bíblico de Mateus (16:24-25) sobre a vida em reflexão cristão. Seguem os versículos: “Então disse Jesus aos seus discípulos: Se alguém quiser vir após mim, renuncie-se a si mesmo, tome sobre si a sua cruz, e siga-me; Porque aquele que quiser salvar a sua vida, perdê-la-á, e quem perder a sua vida por amor de mim, achá-la-á.” Disponível em: <https://www.bibliaonline.com.br/acf/mt/16> Acessado em: 20/07/2015.

¹⁶O trecho está no livro bíblico de 2 Samuel (22:31) onde se diz que “o caminho de Deus é perfeito, e a palavra do Senhor refinada; e é o escudo de todos os que nele confiam”.

2.3.2. Conteúdo institucional segundo casamento igualitário

No contexto de adequação ao sacramento matrimonial entre homossexuais, a Igreja da Comunidade Metropolitana sugere contextualizar normas explicitamente contrárias à homossexualidade para descriminalizar marginalizados pelo padrão heteronormativo.

Segundo a igreja, o matrimônio é permitido a cristãos dispostos a monogamia sacramentada em vontade divina.



Na mensagem contida na Imagem 6, que foi publicada em 15 de abril de 2015 no perfil e fórum da ICM João Pessoa, a vontade de casar é divinizada e acessível aos disponíveis à realização de sonhos tradicionalmente multiplicados em senso comum. Sob um design que simula um convite tradicional de casamento percebe-se a proposta imediata de casar, no civil e no religioso, em comunidade.

Educa-se, em comunidade, a desconstrução de paradigmas para uma consciência cristã radicalmente inclusiva. Percebe-se a representatividade em grupo.

Contextualizando-se o ensinamento religioso a concepção de relacionamentos homossexuais em estabilidade, conduz-se a uma abrangência além dos casais heterossexuais. Casamento é sacramento.

Como ponto de partida, as lideranças promovem treinamentos sobre teologia inclusiva, onde palestrantes são convidados a ensinar a contextualizar ensinamentos bíblicos segundo variáveis geosociológicas, demográficas e culturais.

O desafio proposto desde os primeiros encontros para novas reflexões bíblicas está na desconstrução de paradigmas fundamentalistas pautados no padrão “Adão e Eva”, onde o matrimônio é bíblicamente incentivado para manutenção da espécie humana.

O sexo para procriação é improvável entre casais homossexuais, e, conseqüentemente, os torna inaptos, segundo discursos fundamentalistas religiosos, à condição de casamento no religioso.

Apesar da tradição heterossexual, a realização do primeiro casamento comunitário LGBTTT em João Pessoa manifestou a possibilidade a outros casais que buscaram a igreja logo após matéria nas edições do jornal televisivo JPB, veiculado na TV Cabo Branco, que é afiliada da Rede Globo.



A imagem 7, publicada exclusivamente no fórum da ICM João Pessoa pela liderança religiosa, foi produzida em atenção à oportunidade de um novo casamento comunitário LGBT. A data ainda não foi determinada, mas se sugere que seja em maio de 2016.

Sobre a imagem, destacamos que o conteúdo apresenta os seguintes elementos propagandísticos:

- Ícones tradicionais: anéis de casamento e imagens de casais binários.
- Efeito Mateus: fotos do evento captando volume de pessoas e estrutura física.
- Efeito Halo: a inclusão cristã como posicionamento flexível a quem busca casamento sem afiliar-se a igreja.

Percebemos que a possibilidade de releitura e atualização dos livros bíblicos pode ser interpretada como ameaça às hierarquias tradicionais, mesmo levando-se em consideração que o processo de desconstrução de paradigmas tende a levar novos séculos de reeducação religiosa.

Chama-se a atenção à seguinte premissa: o público homossexual cristão é uma minoria específica numa minoria religiosa evangélica representativamente declarada.

O argumento é propício a estudos com a intenção de verificar potencialidades e limitações, num espaço amostral delimitado, de teorias das mídias digitais aplicáveis a um cotidiano comunitário religioso de homossexuais em rede social.

Deste recorte, temos atenção especial à publicidade e propaganda de relações homoafetivas segundo benção matrimonial.

Mesmo considerando paradoxos para alinhamento de discursos comunitários à propaganda inclusiva, continuamos a adentrar em pesquisa, norteadas em metodologia sob narrativa do cotidiano, por entender que o conteúdo religioso virtual continuava a ser produzido e consumido.

2.3.3. Observação das cibercotidianidades relacionáveis ao casamento igualitário

Em atenção aos processos relacionais com a pretensão de comunicação e alcance de maior representatividade social, observamos as interações em publicações que também estivessem relacionadas ao posicionamento da instituição como “a primeira igreja inclusiva a ter realizado um casamento comunitário entre homossexuais na Paraíba”.

As interações foram analisadas e percebidas através da seleção de comentários sobre publicações de conteúdo compartilhável entre os perfis virtuais de fiéis à igreja na rede social *Facebook*.

Das informações interpretadas surgiram novas hipóteses e reflexões sobre limites e limitações da comunicação social estabelecida em rede social para alinhamento de discursos religiosos entre fiéis da ICM João Pessoa.

A captação das informações segundo intenção no foco científico seguiu registros em relatórios de observação em atenção a sete pontos fundamentais de reflexão:

- Propagação virtual do relacionamento estável homossexual com intenção matrimonial cristã, e sob adequação a um modelo tradicional heteronormativo para aceitação social.

- Intenção à produção de material virtual amador para contínua propagação do ideal cristão e identidade inclusiva.
- Observação da interatividade através do fórum e perfil virtual de segundo perfil de comunicação comunitária para alinhar discursos, e educar o cristão inclusivo à propagação adequada da teologia inclusiva diante de fundamentalistas religiosos.
- Comparação entre o material virtual religioso inclusivo e o material virtual religioso não inclusivo a partir da constatação de que são adaptações similares de material impresso produzido desde a indústria cultural na comercialização de produtos religiosos sob inspiração evangélica.
- Compreensão dos processos relacionais e interacionais como essência da comunicação religiosa inclusiva segundo teorias sugeridas pela Escola de Comunicação de Palo Alto.
- Atenção das ações institucionais de propagação da igreja sob influência indireta de estratégias publicitárias alinhadas ao alcance dos efeitos HALO e MATEUS de forma a atrair um maior número de fiéis confirmados em encontros dominicais.

Acompanhamento das cibercotidianidades, e impactos sociais, entre fiéis da ICM João Pessoa no que diz respeito ao casamento igualitário e o contrato de união civil.

Semelhante à fase anterior, as conclusões desta etapa acrescentaram perspectiva publicitária ao capítulo de fundamentação teórica para compreensão das teorias de comunicação envolvidas na propagação do casamento igualitário segundo a ICM João Pessoa como fato social em análise.

Para melhor compreender o casamento igualitário como diferencial, produzimos uma pesquisa de caráter qualitativo foi em ambiente virtual através do Survio¹⁷, que é um software online para produção de formulários digitais de dados para gerar gráficos interpretáveis.

Em abril de 2015, as informações oferecidas pelo ministério de acolhimento quanto ao número de frequentadores das atividades relacionadas à comunidade religiosa sugeriam crescimento de público através de fotos de eventos, e cultos dominicais.

Observamos que a formalização como membro da comunidade está atrelada ao preenchimento de uma ficha informal, de um terço de página padrão ofício, com dados cadastrais gerais. Ainda que se reconheça o crescimento em número de participantes dos

¹⁷ Para mais informações sobre a ferramenta de pesquisas online: www.survio.com.br

eventos da ICM João Pessoa, apenas as lideranças e membros de ministérios evangelísticos se disponibilizaram a formalizar o processo.

No momento em que a pesquisa foi concebida, a igreja dispunha de vinte membros além do volume de visitantes sazonais.

O caráter flexível da comunidade, de posicionamento radicalmente inclusivo, oferece liberdade a todos de vir e participar das atividades sem formalizar-se como membro da ICM João Pessoa.

Destacamos reflexão pertinente ao momento: além das lideranças religiosas não receberem salário pela atividade pastoral, há liberdade para o oferecimento de dízimos e ofertas segundo disponibilidade do indivíduo em comunidade, ainda que em todo culto dominical se ressalte a importância da doação para o desenvolvimento administrativo da igreja. A informalização faz parte do processo de desenvolvimento, mas chama a atenção diante dos custos fixos das ações evangelísticas.

Tendo em vista o interesse em apresentar estudo quanto a limites e potencialidades da comunicação comunitária, estabelecemos como meta trazer à tona variáveis sobre a campanha para propagação do que viria a ser o primeiro casamento coletivo LGBTTT na Paraíba.

Empenhamo-nos em estabelecer contato com o público específico formado por 11 casais envolvidos no processo que culminaria em 29 de maio de 2015 no casamento coletivo com efeito civil. Faz-se oportuno afirmar que, apesar de ser voltado à diversidade LGBTTT todos os casais eram formados por lésbicas¹⁸.

A opção por produzir uma pesquisa em ambiente virtual foi relacionada à praticidade a indivíduos que responderiam ao questionário em seu tempo livre. Salientamos que o incentivo ao preenchimento do questionário eletrônico teve participação do pesquisador através de diversos suportes de comunicação de forma a reforçar o convite à participação durante o período de 01 maio a 15 de junho de 2015.

Infelizmente a pesquisa não obteve resultados relevantes por não haver interesse à participação. Conforme subtítulo a seguir, que trata de uma possível “dispersão de público” em momento posterior à cerimônia, traremos argumentos que fundamentaram a compreensão de uma comunicação eficiente na promoção do casamento, ainda que sem garantias na fidelização à comunidade religiosa inclusiva.

¹⁸ Posteriormente, alguns indivíduos têm assumido a intenção de construções definitivas de identidades transgênero. Tendo em vista a complexidade de fatores que evocam identidades em processos individuais além da proposta do presente trabalho, optamos por focar na análise da mensagem sobre o casamento igualitário segundo a visão da ICM João Pessoa.

Das hipóteses sugeridas, e de relatório de acompanhamento do casamento coletivo, produzimos o terceiro capítulo da dissertação de forma a refletir se a representatividade da igreja inclusiva em rede social alinha-se, ou se contrapõe em algo exclusivo, a uma reinterpretação da concepção matrimonial heteronormativa.

2.4. Dispersão de público: pesquisa combinando whatsapp e formulário digital

Continuamos com o posicionamento observador-participante após o casamento coletivo. Em domingos alternados, segundo atenção ao distanciamento para compreensão do cotidiano a relativa distância, e eventos sazonais organizados pela igreja, frequentamos de modo a perceber cotidianidades além de deduções em comunicação.

Por acompanhar o desenvolvimento da pesquisa, e reconhecer a formação do pesquisador como profissional em comunicação social com habilitação em Publicidade e Propaganda, a liderança nos procurou em setembro de 2015 para ressaltar preocupação quanto à percepção de baixo engajamento à causa inclusiva.

Havia interesse na manutenção de projetos, como a evangelização na ala LGBTTT na Penitenciária Desembargador Flósculo da Nóbrega¹⁹, mas pouco engajamento além da presença, cada vez mais irregular, nos cultos dominicais.

Retornamos, pesquisador e liderança religiosa, ao diálogo sobre o não engajamento da pesquisa anterior dirigida aos casais formados no casamento coletivo LGBTTT em maio de 2015. Durante breve reflexão, constatamos que dos onze casais apenas dois permanecem como membros da ICM João Pessoa.

As interações em rede social digital podem corresponder a um simulacro sujeito a variáveis externas capazes de promover dissonância a partir de opiniões individuais emitidas fora do ciberespaço. O cenário de público crescente durante o período que antecedia o casamento coletivo transformou-se noutro após o evento.

Optamos, desta vez numa ação em conjunto com a liderança religiosa, pela produção de nova pesquisa virtual usando o Survio.

Percebemos que a relativa garantia de anonimato durante o preenchimento do formulário, dirigido apenas aos integrantes do chat, via aplicativo *whatsapp* para

¹⁹ A penitenciária é a principal unidade prisional na cidade de João Pessoa, e é popularmente conhecida como “Presídio do Roger”. O Roger se deve ao bairro no qual está localizado, e, segundo recomendações do Conselho Nacional de Justiça ao governo do Estado, o presídio esteve para ser desativado em 2012 por problemas de infraestrutura e superlotação. Em 2014, o Conselho Estadual dos Direitos Humanos apresentou novo relatório alertando para piora em precariedades. <http://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2014/11/presidio-do-roger-na-pb-apresenta-condicoes-sub-humanas-diz-relatorio.html>

smartphones, “MINISTÉRIO DE EVANGELIZAÇÃO- ICM JOÃO PESSOA”, proporcionava maiores chances de retorno por parte dos que poderiam não se declarar satisfeitos com a proposta.

Salientamos que o incentivo ao preenchimento do questionário eletrônico teve participação do pesquisador através de diversos suportes de comunicação de forma a reforçar o convite à participação durante o período de 12 a 27 de outubro de 2015.

Entretanto, diferente do ocorrido na primeira tentativa de pesquisa, o líder pastoral ressaltou, no chat da comunidade ICM João Pessoa no *Whatsapp*, que todos deveriam ceder minutos ao preenchimento de informações que também poderiam ser utilizadas para o desenvolvimento da igreja.

Após o pedido do pastor, dos 28 integrantes no chat do aplicativo, obtivemos o preenchimento de 12 formulários. No dia 26 de outubro conversamos sobre o número de formulários preenchidos, e o pastor informou que nem todos os integrantes do chat eram considerados engajados a causa inclusiva da ICM.

A liderança religiosa conversou entre si, e percebeu que os 12 que haviam participado da pesquisa representavam, em outubro de 2015, o núcleo assíduo de integrantes da ICM João Pessoa. Fechamos, então, o acesso online à pesquisa em 27 de outubro.

2.4.1. Pesquisa sobre a dispersão de público

A pesquisa foi produzida com intenção a aproximar questionamentos e reflexões de um vocabulário próximo ao diálogo informal por acreditar ser um caminho alinhado à proposta de estudar a narrativa do cotidiano em comunicação social.

Em atenção ao projeto apresentado ao PPGC- UFPB, formatamos a pesquisa para atender aos objetivos gerais e específicos de forma complementar a fundamentação teórica.

Destacamos como objetivo geral o interesse em estudar o desenvolvimento da comunicação comunitária da igreja ICM João Pessoa através de fóruns virtuais exclusivos à comunidade religiosa na rede social *Facebook*, segundo a propagação, conscientização e representatividade de identidades virtuais com inspiração à inclusão religiosa.

A igreja, de posicionamento radicalmente inclusivo, não dispõe de informações, e nem tem interesse em conhecer o nível de instrução escolar de seus fiéis.

Percebemos, em posição semelhante a da liderança religiosa, que a maior parte dos fiéis tem interesse em se profissionalizar, mas não dispõe de recursos financeiros para dedicação exclusiva aos estudos.

Compreendemos a interesse pela educação cristã como variável em comum entre fiéis e convidados, e a utilizamos como ponto de partida para produção de estudo complementar as estratégias de comunicação do cristianismo inclusivo.

Como primeiro passo à pesquisa, fizemos uso da Teoria dos Setênios, desenvolvida a partir de princípios da Antroposofia²⁰ de Rudolf Steiner, como ferramenta metodológica adequada a diálogos entre ciência e fé. Interpretamos a faixa etária do público que frequenta a ICM João Pessoa segundo ciclos de sete anos para vislumbrar caminhos possíveis à elaboração da pesquisa.

Segundo os setênios, o público encontra-se entre os grupos 21-28 e 28-35 anos. O primeiro grupo de indivíduos caracteriza-se pelo reconhecimento de uma própria identidade social, enquanto o segundo afirma a necessidade de organizar-se diante de crises existenciais. Pesquisou-se a aceitação da condição segundo inclinação sexual além do padrão heteronormativo religioso como ponto em comum entre os cristãos inclusivos.

No contexto de formação de um grupo religioso inclusivo pode implicar em exposição pública para representatividade, e em atenção ao princípio de propagar a existência da teologia inclusiva.

Entretanto, descobrimos durante a interpretação dos resultados que o conhecimento superficial sobre teologia inclusiva termina por cercear a intenção evangelística do movimento. Percebemos uma simples reprodução de conteúdos compartilhados em rede social.

A seguir, apresentamos o produto da pesquisa composta por três perguntas de respostas exclusivas a duas únicas opções possíveis, e dezoito hipóteses interpretáveis segundo uma escala de Likert de opções entre discordar completamente a concordar completamente.

As perguntas são propositalmente simplificadas à compreensão geral. Optamos por oferecer como resposta apenas o "sim" ou "não" seguindo o estilo da pregação dicotômica da

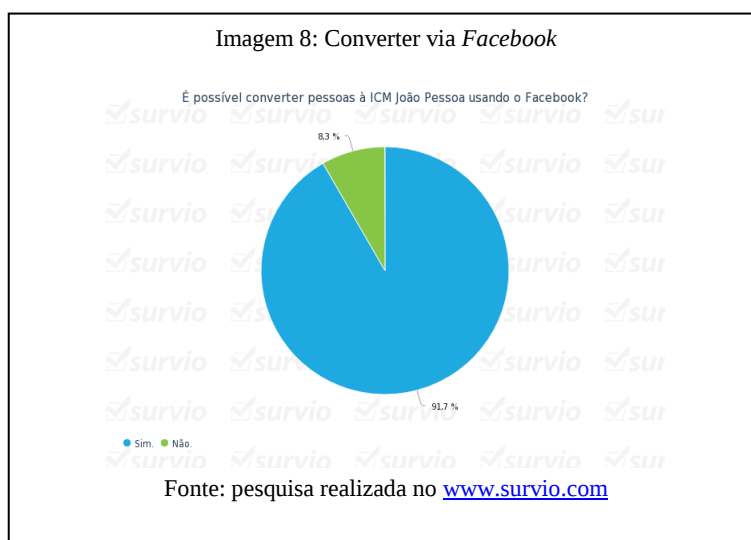
²⁰ Segundo Gonzaga (2009): “Mais do que uma concepção de ensino, o filósofo, educador e artista Rudolf Steiner (1861-1925) criou uma linha de pensamento que enxerga o homem além do material. É a Antroposofia, que prega o conhecimento do ser humano aliando fé e ciência. Sua Pedagogia é um reflexo dessa forma de pensar, que sobrevive há um século. Ideias defendidas por ele, como a de que todos carregam uma bagagem das vidas passadas, às vezes afastam os educadores, temerosos de que o ensino seja contaminado pelo exoterismo.” Disponível em: <http://www.sab.org.br/pedagwal/artigos/steiner-nova-escola-1209.htm>

mensagem religiosa, e por vezes fundamentada na construção de consciência segundo senso comum comunitário.

Destacamos que os itens dispostos na pesquisa de escala de Likert correspondem a afirmações onde a pessoa entrevistada concede sua opinião segundo reflexões sobre o cotidiano em comunicação na ICM João Pessoa.

2.4.1.1. É possível converter via *Facebook*?

Acreditamos que haja uma compreensão simplificada do processo necessário à conversão religiosa, onde o indivíduo convertido busca seguir um padrão de vida adequado ao perfil cristão inclusivo sugerido pela ICM João Pessoa.



Mesmo que a intenção de converter pessoas via *Facebook* seja propagada entre os fiéis percebe-se que a conversão é compreendida como adequação em rede social da pregação tradicional.

Retornaremos ao assunto a partir de reflexões sobre compartilhamento de conteúdo compreendido como evangelismo digital na análise segundo escala de Likert.

Em diálogo com a liderança pastoral, percebemos a conversão segundo a prática diária de compartilhamento de conteúdo, e testemunho de vida para promover os benefícios de viver a religião.

A prática de consumir e compartilhar conteúdo religioso se dá de forma diária, e, no presente momento, não pudemos avaliar a motivação pessoal segundo experiência cristã. Percebemos que, além de sugerir identidade religiosa, o estímulo, por parte das lideranças, à

rotina está presente em diversas denominações religiosas como forma de propagação com intenção a conversão.

Ressaltamos que é bastante improvável a conversão motivada segundo conteúdo compartilhado no *Facebook* tendo em vista o fato de ser um processo complexo que tende a incluir variáveis complementares ao acesso à internet.

As limitações de visualização geradas segundo algoritmo²¹ de proximidade, e que tendem a alimentar bolhas ideológicas entre simpatizantes de argumentos similares, são também variáveis importantes, e que serão discutidas no decorrer dos capítulos posteriores.

O *Edge Rank* é o algoritmo de proximidade utilizado no *Facebook* para definir uma lógica do que tem mais chances de ser exibido no Feed de notícias do usuário. Quem consome conteúdo religioso tenderá a observar mais conteúdo religioso que um usuário não convertido à filosofia de vida.

Em linhas gerais, a visibilidade do compartilhamento de conteúdo está diretamente relacionada ao volume de interações, medidas sobre parâmetros de aceitação em curtidas e compartilhamentos, entre usuários. A lógica promovida no *Facebook* é que o conteúdo oferecido à lista de contatos, classificados virtualmente como “amigos”, dificilmente será exibida a quem já tiver demonstrado indisponibilidade ao consumo.

Argumentamos no presente produto científico que a hipótese da evangelização de não convertidos em *Facebook* deve ser descartada pela impossibilidade segundo algoritmo.

2.4.1.2. Meu primeiro contato com a ICM João Pessoa foi através de...

O uso da internet como veículo de informação institucional, e interação entre usuários, tem sido essencial ao desenvolvimento da marca ICM como igreja inclusiva no Brasil.

Destacamos trecho da Declaração de Missão da ICM Brasil²² (2015): “Através da implantação de igrejas, da revitalização de igrejas, da internet e nosso trabalho com ações

²¹ Segundo o dicionário Michaelis online : *sm (ár al-Huwârizmî)* 1 Sistema de notação aritmética com algarismos arábicos. 2 Operação ou processo de cálculo. 3 Forma de geração dos números. 4 Sistema particular de notação: **Algoritmo de cálculo diferencial**. Disponível em:

<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=algoritmo>

De forma simplificada, argumentamos que o algoritmo de proximidade no Facebook tende a ser compreendido como parâmetros comportamentais virtuais estabelecidos para traduzir sequências de interações em rede social para definição de fluxo de informação alinhado a percepção de interesses do usuário. São utilizados para garantir maior tempo de experiência em navegação em rede social.

²² Disponível em <http://www.icmbrasil.com/nacional/index.php/sobre-icm/nossa-visao-e-missao>

de compaixão e justiça, nós vamos expandir o nosso alcance substancialmente nos próximos anos”.

A pesquisa se mostrou oportuna para verificarmos também se o primeiro contato com a marca ICM João Pessoa foi através da internet. A maioria declarou ter tomado conhecimento através de amigos.

Uma ação institucional tradicionalmente utilizada na rede social *Facebook* é o convite a amigos e conhecidos para participarem do fórum exclusivo.

As pessoas podem ser adicionadas por quem já está inserido no fórum, e, posteriormente, decidir se permanecem observando o conteúdo, podendo torna-se participantes, ou se desligam. É interessante perceber que mesmo diante de um número relevante de usuários, poucos se engajaram à proposta e visitaram a igreja.

De agosto de 2014 a agosto de 2015, mais de 350 usuários permanecem conectados ao fórum exclusivo. Destes, apenas 1,4% tem compartilhado conteúdo religioso inclusivo. Há relativa visibilidade, mas nos chama a atenção o baixo engajamento diante do primeiro ano de desenvolvimento da igreja em solo pessoense.

Entretanto, apontamos um fato à reflexão: segundo a liderança pastoral, menos da metade dos que se comprometeram com a pesquisa estão desde a chegada da proposta do cristianismo inclusivo a João Pessoa.

Como observadores participantes do fenômeno desde agosto de 2013, destacamos que o incentivo aos fiéis para que convidassem novos, possíveis, congregantes fez parte da estratégia institucional de dar visibilidade à causa inclusiva. Na época, além do fórum exclusivo a convidados, percebia-se incentivo à divulgação da *fanpage*.



Destacamos que mesmo havendo atenção à organização na coleta de informações acerca dos congregantes em 2013, não há números precisos.

O crescimento em número de novos visitantes era medido segundo preenchimento de cinquenta cadeiras, compradas em julho para atender ao aumento de público, e divulgação de fotos nos antigos, e já extintos, fórum exclusivo e *fanpage* da ICM João Pessoa em 2013.

Na Imagem 10, apresentamos foto produzida em Ipad pela antiga equipe de divulgação no *Facebook*. Havia uma atenção por fotos que preservassem a identidade dos congregantes, e sugerimos atenção à quantidade de pessoas num culto dominical em julho de 2013.

Imagem 10: Culto em 2013



Fonte: Arquivo pessoal. Página fora do ar.

Mesmo considerando que daquela formação surgiu uma nova denominação além do formato atual da ICM João Pessoa, propomos compreender o cotidiano sobre uma narrativa contínua onde ações virtuais no passado reverberam desde o presente.

Imagem 11: Institucional em 2015



Fonte:

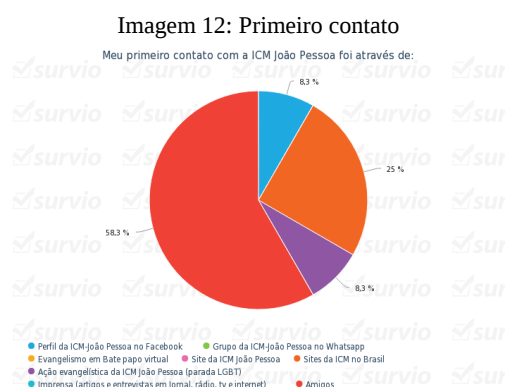
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1659677304308801&set=pcb.1659677347642130&type=3&theater>

Compreendemos que a estratégia de divulgação da instituição religiosa se dá através da combinação de ações evangelísticas e promocionais em diferentes suportes de comunicação além da rede social virtual.

Destacamos novamente a atenção ao volume de público de forma a atrair mais pessoas. Adiante, avaliaremos a importância do público em fotos segundo efeito Mateus.

Ainda que se faça uso de recursos publicitários, constatou-se a dispersão de público diante da flexibilidade de não precisar se vincular à instituição.

O compromisso de alcançar novos fiéis é necessário ao desenvolvimento administrativo da instituição. São esforços complementares em comunicação social, diante tanto dos limites propostos através dos algoritmos de proximidade no *Facebook*, quanto das ressalvas do próprio público LGBTTT combatido, tradicionalmente, por lideranças religiosas literalistas.



Respostas	Número de pessoas	Porcentagem
Perfil da ICM- João Pessoa no Facebook	1	8,3%
Grupo da ICM- João Pessoa no Whatsapp	0	0%
Evangelismo em bate papo virtual	0	0%
Site da ICM- João Pessoa	0	0%
Sites da ICM no Brasil	3	25%
Ação evangelística na parada LGBTTT	1	8,3%
Imprensa	0	0%
Amigos	7	58,3%

Grande parte dos entrevistados declarou ter conhecido a ICM João Pessoa através de amigos. Percebe-se que a ação de adicionar pessoas ao fórum pode também surtir efeito

indireto através de comentários sobre a existência de uma igreja inclusiva na capital paraibana.

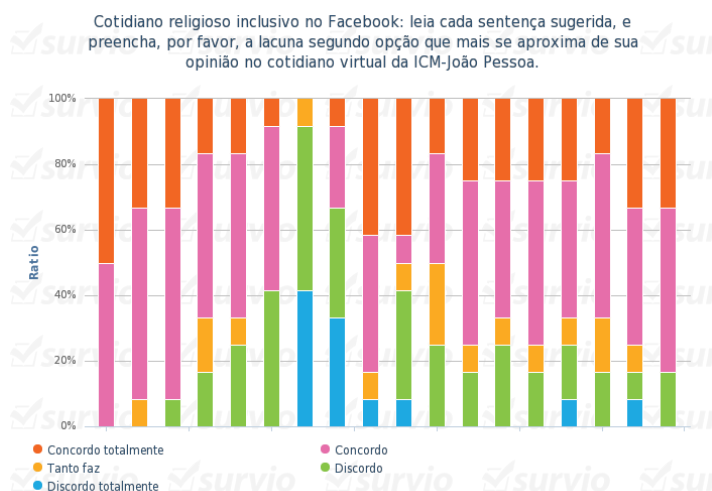
A importância do conteúdo virtual está representada em números relevantes diante da divulgação presencial em ação evangelística na 14ª parada LGBTTT, na capital da Paraíba, ocorrida em 27 de julho de 2015.

2.4.1.3. Cotidiano religioso inclusivo no *Facebook*: escala de Likert

Inserimos na pesquisa hipóteses a serem avaliadas sob escala de Likert de forma a compreender a visão dos participantes sobre a rede social como possível ferramenta de evangelização.

A interpretação dos resultados se deu a partir da interpretação das hipóteses, levantadas desde a fundamentação teórica do projeto, e distribuídas aleatoriamente sob uma escala de Likert.

Imagem 13: Cotidiano ICM- JPA



Fonte: pesquisa realizada no www.surveio.com

Afirmações	Número de pessoas				
	Concorde totalmente	Tanto faz	Discordo totalmente	Concorde	Discordo
1- É importante utilizar o <i>Facebook</i> para evangelizar.	0	0	0	6	6
2- Sei tirar dúvidas sobre a teologia inclusiva em conversas no <i>Facebook</i> .	0	0	1	7	4
3- Utilizo meu perfil no <i>Facebook</i> para divulgar a teologia inclusiva.	0	1	0	7	4

4- Leio, diariamente, notícias do mundo gospel no <i>Facebook</i> .	0	2	2	6	2
5- Pratico devocional diariamente.	0	3	1	6	2
6- Em <i>Facebook</i> , também curto conteúdo evangélico de igrejas ditas fundamentalistas.	0	5	0	6	1
7- Prefiro não usar o <i>Facebook</i> como instrumento de evangelização.	5	6	1	0	0
8- Conheci a teologia inclusiva antes de frequentar a ICM João Pessoa.	4	4	0	3	1
9- Acompanho as notícias da ICM, nacional e internacional, no <i>Facebook</i>	1	0	1	5	5
10- Sou assumidamente evangélico inclusivo em rede social.	1	4	1	1	5
11- Para receber notícias sobre a ICM João Pessoa prefiro o whatsapp	0	3	3	4	2
12- Prefiro acessar ao grupo da ICM no Whatsapp que o grupo no <i>Facebook</i>	0	2	1	6	3
13- No <i>Facebook</i> tenho maior contato com amigos que não frequentam a ICM João Pessoa.	0	3	1	5	3
14- É importante conviver em comunidade virtual para continuar a aprender sobre teologia inclusiva.	0	2	1	6	3
15- Compartilho imagens e correntes evangélicas no <i>Facebook</i> como instrumentos de evangelização	1	2	1	5	3
16- Compartilho louvores evangélicos no <i>Facebook</i> como instrumentos de evangelização.	0	2	2	6	2
17- Compartilho imagens e correntes evangélicas no Whatsapp como instrumentos de evangelização	1	1	1	5	4
18- Compartilho louvores evangélicos no Whatsapp como instrumentos de evangelização.	0	2	0	6	4

Os dados foram interpretados em porcentagens para estabelecer comparativos entre concordância e discordância. Observou-se também posicionamentos possivelmente extremistas, com a ressalva de se estar promovendo uma pesquisa sobre recorte de um momento na história da comunidade religiosa.

Verificamos entrevistados que concordaram ou discordaram totalmente das hipóteses, e acreditamos na possibilidade de ser um traço característico à identificação do posicionamento religioso a partir de compreensões dicotômicas da visão de um mundo em eterna disputa entre o bem e o mal.

A disposição das hipóteses à interpretação de dados foi assim categorizada:

- a) Leitura de conteúdo através de fontes que promovem a teologia inclusiva;

- b) Leitura de conteúdo sobre a ICM João Pessoa segundo comunicação institucional;
- c) Leitura de conteúdo através de fontes tradicionais de formação cristã;
- d) Evangelismo da teologia inclusiva no *Facebook*;
- e) Dados descartados a presente pesquisa;

Apresentamos nos tópicos seguintes a interpretação de resultados segundo hipóteses em Escala de Likert.

2.4.1.3.1. Leitura de conteúdo através de fontes que promovem a teologia inclusiva

Buscamos, através das hipóteses, verificar a disposição à busca por informações necessárias ao processo de evangelização, entre noções gerais, e conhecimento da teologia inclusiva.

Destacamos as hipóteses:

1. Sei tirar dúvidas sobre a teologia inclusiva em conversas no *Facebook*;
2. É importante conviver em comunidade virtual para continuar a aprender sobre teologia inclusiva.

Segundo a pesquisa complementar, há discordância considerável quanto à compreensão da teologia inclusiva sugerida pela ICM João Pessoa. Aproximadamente, 33,3% dos entrevistados sugerem que não teriam qualquer condição de tirar dúvidas sobre teologia inclusiva em conversas no *Facebook*.

Moderados, mas também em discordância quanto a se sentirem preparados, 58,3% também se mostraram inseguros. No tópico *a* segundo a leitura de conteúdo religioso através de fontes tradicionais de informação, retornaremos à reflexão sugerindo atenção ao fato de que a igreja em formação apresenta um perfil de seita informal.

Compreendemos que a disposição à convivência em comunidade virtual para compreender sobre a teologia inclusiva também não se mostra interessante aos que se dispuseram à pesquisa. Dos entrevistados, 50% se mostraram em discordância quanto a vivenciar a experiência em comunidade virtual, enquanto 25% afirmaram discordar plenamente.

Sugerimos, novamente, atenção à possibilidade de que haja engajamento à prática religiosa sem necessariamente vivenciar e propagar, virtualmente, vínculos institucionais com a ICM João Pessoa.

A flexibilidade de não formalizar vínculos institucionais termina por não garantir comprometimento de público, além de resultar numa frequência sazonal. Em eventos, há aumento de público, mas devem ser interpretados como convidados não convertidos ao cristianismo inclusivo sugerido pela ICM João Pessoa.

2.4.1.3.2. Leitura de conteúdo sobre a ICM João Pessoa segundo comunicação institucional

Os processos em comunicação envolvendo dado, informação e conhecimento sugerem dedicação para estudo e interpretação do conteúdo. Neste tópico, nos propusemos a verificar um recorte sobre as relações com os valores institucionais em rede social.

Destacamos as seguintes hipóteses:

3. Conheci a teologia inclusiva antes de frequentar a ICM João Pessoa;
4. Acompanho as notícias da ICM, nacional e internacional, no *Facebook*;
5. No *Facebook* tenho maior contato com amigos que não frequentam a ICM João Pessoa;

Argumentamos, novamente, que a instituição ainda está em formação no que diz respeito à educação de fieis à causa da teologia inclusiva, segundo a ICM João Pessoa. Grande parte dos entrevistados afirmou ter conhecido o ideal inclusivo cristão em momento anterior ao nascimento da filial pessoense.

Percebe-se que 66% podem ter pesquisado sobre a teologia inclusiva antes de conhecer a ICM João Pessoa, e podem, provavelmente, ter descoberto a filial através do acesso às redes sociais.

Conforme apresentado em interpretação do item que avalia o primeiro contato do pesquisado com a ICM pessoense, verificou-se influência da indicação de amigos no convite à participação no fórum exclusivo.

Segundo a pesquisa, no *Facebook*, aproximadamente 66,6% dos entrevistados declararam manter mais interações com amigos que frequentam, ou frequentaram, a ICM.

O resultado tende a estar em desalinhamento com a proposta de promover evangelismo entre os que não estão convertidos, e retornaremos à reflexão no tópico dedicado ao evangelismo da teologia inclusiva no *Facebook*. Apenas 25% declararam manter contato com amigos que não frequentam a ICM João Pessoa.

Combinando reflexões sugeridas anteriormente, há atenção às interações em rede social entre irmãos e irmãs na fé sem que necessariamente se compreendam como comunidade virtual para aprender sobre teologia inclusiva.

Chama a atenção o fato de 83,2% declararem que não acompanham as notícias da ICM nacional e internacional. Corrobora, mais uma vez, o argumento de que vínculos tendem a ser construídos segundo o cotidiano em experiência religiosa entre amigos, e não com a instituição.

Retornando aos resultados segundo as hipóteses do tópico “Leitura de conteúdo através de fontes que promovem a teologia inclusiva”, e somando-se os índices entre os que discordam e discordam totalmente, percebemos que 91,6% dos entrevistados tendem a compreender o discurso teológico inclusivo de forma superficial.

Argumentamos, então, que a vivência segundo experiência religiosa em comunidade encontra-se num estágio de organização anterior à concepção de uma igreja. Há representatividade social entre o público LGBTTT, e diante de grupos religiosos tradicionais, mas chama a atenção pela não conformidade sugerida tradicionalmente por um padrão religioso *heteronormativo*.

A mensagem quanto à proposta de interpretação bíblica inclusiva, onde todos os públicos são bem vindos, tende a chamar menos atenção que o estigma de se ter criado uma “igreja gay”.

Segundo a liderança religiosa local, a igreja não é reconhecida como tal segundo a Associação de Igrejas Evangélicas Congregacionais na Paraíba.

2.4.1.3.3. Leitura de conteúdo através de fontes tradicionais de formação cristã

Percebe-se a existência de um público simpatizante à causa inclusiva cristã, mas que pode estar ainda em formação, segundo educação cristã para propagação consciente do ideal da ICM.

Anteriormente, argumentou-se que há compromisso de viver a experiência religiosa entre amigos, sem necessariamente alimentar-se de conteúdo institucional da ICM. Propusemos, neste tópico de hipóteses, produzidas desde a etapa do projeto da dissertação, estudar o consumo de conteúdo religioso através de fontes tradicionais, e literalistas, de informação.

Seguem as hipóteses em destaque neste tópico:

2. Leio, diariamente, notícias do mundo gospel no *Facebook*:
3. Pratico devocional diariamente:
4. Em *Facebook*, também curto conteúdo evangélico de igrejas ditas fundamentalistas:

Segundo o recorte de momento em pesquisa, 66,6% afirmam que nem acompanham o mundo Gospel no *Facebook*, nem praticam devocional diariamente. Este número tende a fazer parte dos 58,3% que admitem também não curtir conteúdo evangélico de igrejas de posicionamento fundamentalista.

Compartilhamos, então, a seguinte reflexão: se o conhecimento sugere interpretação e estudo de conteúdo religioso para formação de cristãos em comunidade, estaríamos então diante de uma nova seleção e descarte de argumentos segundo interesses individuais? No ponto 3.5.1.4 retomamos a reflexão ao perguntar se seria, então, suficiente compreender a teologia inclusiva apenas frequentando os cultos dominicais.

No presente trabalho, atentamos para processos que envolvem a rede social como ferramenta de comunicação comunitária religiosa sob um viés publicitário.

Compreendemos as peças publicitárias no ambiente virtual como expressão da intenção de evangelização de não convertidos à proposta do casamento igualitário de valor religioso. Entretanto, acrescentamos à pesquisa hipóteses relacionadas à percepção dos entrevistados segundo evangelização em *Facebook*.

2.4.1.3.4. Evangelismo da teologia inclusiva no *Facebook*:

Antes de apresentar os resultados coletados através das interpretações das hipóteses deste tópico, acreditamos ser oportuno relembrar a interpretação do ponto 2.5.1.2 que tratou de reconhecer o primeiro contato, por parte dos entrevistados, com a ICM João Pessoa. Como afirmamos, a internet tem sido relevante na propagação do ideal institucional mesmo quando afirmam que chegaram até a igreja através de amigos.

Desde o projeto, nos perguntamos se o *Facebook* é compreendido como ferramenta de evangelização da ICM por percebermos a importância do veículo na propagação de eventos, cultos e compartilhamento de conteúdo inclusivo religioso. Entretanto, percebemos uma pergunta chave à evangelização inclusiva: os gays evangélicos sofrem represália ao compartilhar conteúdo inclusivo em rede social?

Seguem as hipóteses:

1. É importante utilizar o *Facebook* para evangelizar:
2. Utilizo meu perfil no *Facebook* para divulgar a teologia inclusiva:
3. Prefiro não usar o *Facebook* como instrumento de evangelização:
4. Sou assumidamente evangélico inclusivo em rede social:

5. Compartilho imagens e correntes evangélicas no *Facebook* como instrumentos de evangelização:
6. Compartilho louvores evangélicos no *Facebook* como instrumentos de evangelização:

Em contraponto ao que foi declarado diante da possibilidade de conversão através do *Facebook*, todos os entrevistados afirmaram que não acreditam na utilização da rede social como instrumento de evangelização. Todavia, faz-se importante reportar que 8,3% declararam que utilizam o *Facebook* para divulgar a teologia inclusiva.

Fazem-se notórias diferenças entre a divulgação e a evangelização, mas atentamos para um fato: o público se divide diante da possibilidade de ter de se assumir como evangélico inclusivo em rede social.

Admitimos dois estigmas sociais: assumir-se evangélico, em tempos de combates virtuais a fundamentalistas, e se assumir gay, num momento em que se questionam os direitos das minorias como privilégios. Observamos o fato como a existência metafórica de dois armários onde para sair de qualquer um é preciso atenção a perdas e ganhos sociais.

Segundo a pesquisa, 91,6% preferem não usar o perfil social como instrumento de evangelização. Destacamos, então, que 33,3% se declararam assumidamente evangélicos inclusivos diante de 41,6% que discordaram totalmente da postura. O restante dos entrevistados se dividiu na mesma proporção entre concordar totalmente, discordar e não perceber diferença em se assumir: 8,3%.

O mesmo público que declarou em unanimidade não acreditar na importância da utilização do *Facebook* para evangelizar, novamente se dividiu no que diz respeito ao compartilhamento de conteúdo evangélico.

Aproximadamente, 66,6% declararam discordância diante da possibilidade de compartilhar imagens, correntes evangélicas e louvores. Não obstante, 16,6% declararam compartilhar o conteúdo discriminado.

Destacamos que 8,3% dos entrevistados não veem diferença em compartilhar imagens e correntes, mas o número cresce para 16,6% diante do compartilhamento de louvores.

2.4.1.3.5. Hipóteses descartadas da escala de Likert

Tendo em vista o fato de se trabalhar com a rede social *Facebook*, destacamos que as hipóteses descartadas foram interpretadas segundo percepção, ainda em desenvolvimento, de uma convergência de público para atividades diárias no aplicativo *whatsapp*.

1. Para receber notícias sobre a ICM João Pessoa prefiro o *whatsapp*;
2. Prefiro acessar ao grupo da ICM no *whatsapp* que o grupo no *Facebook*;
3. Compartilho imagens e correntes evangélicas no *whatsapp* como instrumentos de evangelização;
4. Compartilho louvores evangélicos no *whatsapp* como instrumentos de evangelização;

Até o momento, destacamos que são diferentes suportes de compartilhamento de conteúdo que não tendem a se anular. Leva-se em consideração que o aplicativo *whatsapp* pertence, hoje, à marca *Facebook*.

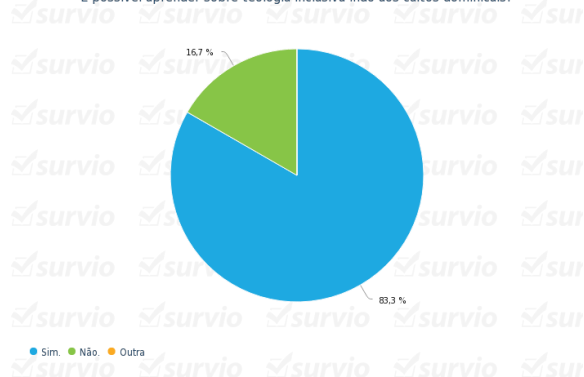
2.4.1.3.6. É possível aprender sobre teologia inclusiva indo aos cultos dominicais?

A experiência segundo posicionamento de observação e participação em cultos dominicais assegura a percepção de que é insuficiente aprender sobre teologia inclusiva em encontros semanais sem a obrigação de promover educação religiosa inclusiva. Como se perceberá nos capítulos de fundamentação teórica da dissertação, a abordagem para propagação é produzida sob à luz de argumentos simplificados para uma interpretação geral.

A publicidade e propaganda religiosa inclusiva é adaptada de um padrão tradicionalmente heteronormativo, onde a homonormatividade pode ser percebida apenas sob o compromisso de assumir a condição de homossexual evangélico para atrair mais simpatizantes à proposta.

Imagem 14: Presença no culto dominical

É possível aprender sobre teologia inclusiva indo aos cultos dominicais?

Fonte: pesquisa realizada no www.surveio.com

Levando-se em consideração dados obtidos nos tópicos anteriores, tende-se a reconhecer que estes 83,3%, que acreditam ser possível aprender sobre teologia inclusiva indo aos cultos dominicais, podem compreender a experiência religiosa segundo ponto de encontro para vivenciar, de forma individual, a fé cristã sem mascarar sua identidade em performance sexual.

2.4.1.3.7. Reflexões sobre a dispersão de público

Segundo o recorte onde o casamento igualitário proposto pela ICM João Pessoa é um diferencial propagado em rede social, verificamos que 83,3% dos entrevistados creem na possibilidade de conversão de indivíduos ao evangelho inclusivo através de mensagens no *Facebook*.

Todavia, houve unanimidade em discordância diante da percepção da rede social como instrumento diário de evangelização. Observou-se também que 91,6% declararam não divulgar virtualmente a teologia inclusiva.

Compreendemos dois estigmas sociais sobre a não divulgação: assumir-se evangélico e se assumir homossexual. Assumir-se “gay evangélico” tende a carregar o peso de ser aceito sob diversas condições e ressalvas em territórios além da comunidade religiosa inclusiva.

Admitimos uma retração de público, onde o conteúdo institucional inclusivo produzido é consumido pela própria comunidade e simpatizantes à causa. Neste estágio de compreensão do evangelho inclusivo, argumenta-se que, para sobrevivência da comunidade em desenvolvimento, o agrupamento percebe-se como gueto.

De acordo com a liderança religiosa, a igreja ainda não é aceita como tal segundo a Associação de Igrejas Evangélicas Congregacionais na Paraíba. O argumento corrobora com a

percepção como gueto ao se levar em consideração que o fundamento da teologia inclusiva tem hoje mais perguntas que respostas aceitas diante de uma teologia literalista.

A evangelização sobre a radical inclusão proposta pela ICM João Pessoa tem sido incorporada como experiência religiosa entre amigos, onde o vínculo institucional é condicionado à paixão comum sobre uma provável compreensão superficial da teologia inclusiva.

Neste contexto, verificamos que o posicionamento da comunidade, segundo pesquisa, tende a entrar em desalinhamento com a proposta de promover, virtualmente, o evangelismo entre os não convertidos. Adiante, retornaremos à reflexão sobre evangelização inclusiva assimilando fundamentação teórica além do algoritmo de proximidade no *Facebook*.

Aparentemente, a flexibilidade de não se formalizar vínculos institucionais termina por não garantir comprometimento de público além de uma frequência sazonal.

Em púlpito propaga-se a proposta de evangelizar sobre a causa inclusiva no meio LGBTTT, mas se percebe que a comunidade busca compreender a própria identidade, neste primeiro estágio de desenvolvimento, comprimindo-se em si mesma.

Dentre os entrevistados, 75% se mostraram em discordância quanto a vivenciar a experiência em diálogos na comunidade virtual. Faz-se interessante perceber que o número corrobora com o decréscimo de publicações no fórum onde se dava a estratégia de apresentação institucional da ICM João Pessoa. Tem-se fé na mensagem propagada no virtual com a ressalva de não participar ativamente em rede social.

Sugerimos atenção a perceber a tendência ao engajamento à prática religiosa entre amigos sem evangelização inclusiva alinhada a vínculos institucionais com a ICM João Pessoa.

Ainda segundo a pesquisa, 25% dos entrevistados declararam manter contato frequente, no *Facebook*, com amigos que não frequentam a ICM João Pessoa. Se não há evangelização direta dos não convertidos, tende-se a compreender o movimento inclusivo como algo exclusivo aos que pesquisam, em rede social, sobre teologia inclusiva.

Deduzimos que a comunidade, com pretensão à formalização de igreja, pode estar se posicionando como um núcleo exclusivo e protegido de quem a percebe como deturpação da tradição literalista cristã.

Em diálogo com cristãos inclusivos desde o início do movimento, em 2013, constatamos que já houve debates no fórum exclusivo em rede social entre simpatizantes e praticantes do evangelho inclusivo. Neste recorte sugerido, deduzimos também que a

dedicação aos estudos religiosos, sobre inspiração na radical inclusão, não produz segurança diante da possibilidade de debater com quem questiona a filosofia de vida cristã.

Identificou-se preocupação, por parte da liderança religiosa, no estudo para o desenvolvimento de uma consciência cristã inclusiva. O resultado da pesquisa sugere que 66,6% dos entrevistados afirmam nem acompanhar o mundo Gospel no *Facebook*, nem praticar devocional diariamente.

O consumo de conteúdo religioso pende para o comportamento de uma minoria entre os pesquisados. Destaca-se que 58,3% admitem também não curtir conteúdo evangélico de igrejas de posicionamento fundamentalista.

Todavia, reafirmamos que 83,3% dos entrevistados acreditam que frequentar a igreja aos domingos é o suficiente para conjugar inclusão cristã.

Durante a fundamentação teórica retornaremos a reflexões onde o imediatismo, interpretado em imagens inspiradas em senso comum *heteronormativo*, influencia a produção de uma comunicação comunitária superficial em educação inclusiva cristã.

Constatamos que o estreitamento de laços pode corroborar com a tendência a fazer mais uso dos *chats* diretos no aplicativo de compartilhamento de conteúdo *Whatsapp*, onde se prega valores cristãos a convertidos.

Não é espaço adequado à leitura de textos longos nem conteúdos teológicos, mas é percebido com atenção pela possibilidade de acompanhamento dos fieis segundo visualização e informações pessoais como o número para contato telefônico.

Sobre o futuro da comunidade virtual onde o *Facebook* é importante ferramenta de comunicação comunitária vislumbramos atenção ao *Whatsapp* como próximo suporte segundo influência do imediatismo e retração de público a um grupo cada vez mais exclusivo. Não se parou de produzir conteúdo inclusivo, mas este vem sendo compartilhado apenas entre membros da comunidade.

3. Problemas da teologia inclusiva nas redes sociais

3.1. Comentários no *Facebook* fundamentados no senso comum literalista

Religião ou ciência. Pode o mundo pós-moderno ser dividido em núcleos dicotômicos definitivos? Inferimos a existência de conflitos de acordo à manutenção de fundamentalismos

antagônicos. A fé nas evidências científicas tem mais respaldo científico diante da credulidade em experiências religiosas individuais e subjetivas.

Durante a pesquisa reparamos em aspectos de senso comum reproduzidos em interpretações dicotômicas de conteúdo secular, e adequados à manutenção de compreensões antagônicas da vida em sociedade. Reconhece-se a existência do outro a partir da comparação com às diferenças de si mesmo.

Mesmo reconhecendo a diversidade de recortes e perspectivas individuais, apresentamos um fato: em rede social a comunicação reforça mitos e arquétipos. Durante a pesquisa no *Facebook*, enquanto consumíamos conteúdo religioso tradicional e inclusivo, coletamos materiais que corroboram com o argumento de se ter fé incondicional.



A imagem 15 foi publicada numa *fanpage* cristã de posicionamento literalista. Incentiva-se, intuitivamente, a crença numa batalha ideológica do bem contra o mal, onde religião e ciência podem se permitir, no máximo, a dialogar sem se desconstruir. Seja na igreja tradicional ou inclusiva, a necessidade de crer pela fé é senso comum.

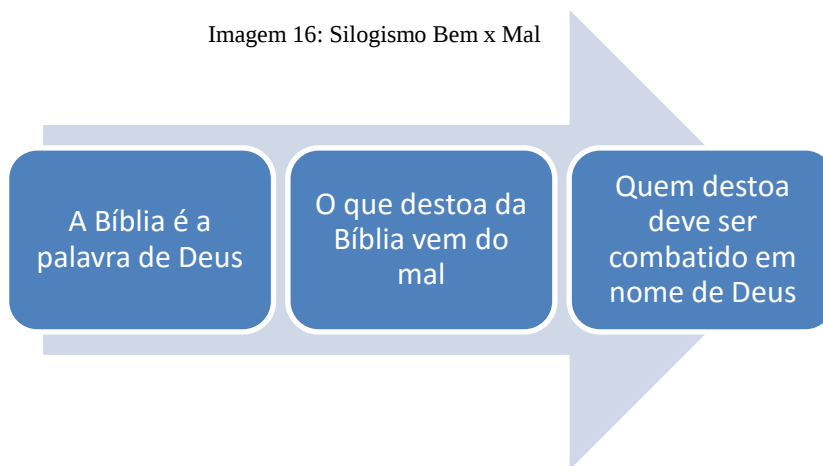
O sociólogo Watts (2013, p. 31), em estudos sobre o conteúdo fundamentado em bom e mau uso do senso comum, argumenta que “se tivéssemos que explicar como todas as nossas explicações, nossas atitudes e nossas crenças do senso comum se encaixam, acabaríamos nos deparando com todo tipo de inconsistências e contradições”.

De forma instintiva, o posicionamento ideológico em comunidade está relacionado à complexas variáveis capazes de influenciar, individualmente, na percepção de mundo. Apreciamos a seguinte hipótese especulativa: quanto maior o número de adeptos a uma mesma religião, maior a crença de que a maioria pode estar certa.

A liberdade de se perceber como “sal da terra e luz no mundo” ²³ pode conduzir o cristão a interpretações subjetivas, individuais e inflexíveis de versículos adequáveis a dicotomias.

Propomos um silogismo para exemplificar uma possível consequência de interpretações descontextualizadas:

Imagem 16: Silogismo Bem x Mal



Adiante retornaremos à questão refletindo sobre a condição de comunicação religiosa adequada à educação religiosa para compreensão da intenção e aceitabilidade da mensagem. Se aceita ser do bem quando se tem um mal a demonizar, criticar e transcender.

A ciência do homem não possui um princípio que enraíze o fenômeno humano no universo natural, nem um método apto a aprender a extrema complexidade que o distinga de qualquer outro fenômeno natural conhecido. Seu arcabouço explicativo ainda é o da física do século XIX, e sua ideologia implícita continua sendo a do cristianismo e do humanismo ocidental: a natureza sobrenatural do homem. (MORIN, 2004, p. 17).

Reforçamos que o estudo, através de argumentos Foucault anos e aspirações interdisciplinares em comunicação social, analisa o cotidiano evangélico através de peças publicitárias publicadas em rede social para propagar o casamento igualitário a partir da ICM João Pessoa.

Constatamos, através de estudo e seleção de conteúdo religioso, a influência de senso comum em adaptações digitais dos discursos em púlpito tradicional em púlpito virtual de tradicionalismos. Em comunicação institucional religiosa, os argumentos em texto, imagem e

²³ A expressão está presente no livro de Mateus (5:13- 14). Apresentamos os versículos: “Vós sois o sal da terra; e se o sal for insípido, com que se há de salgar? Para nada mais presta senão para se lançar fora, e ser pisado pelos homens. Vós sois a luz do mundo; não se pode esconder uma cidade edificada sobre um monte”. Disponível em: <https://www.bibliaonline.com.br/acf/mt/5> . Acessado em: 15/07/2015.

vídeo tendem a ser simplificados para caberem em interpretações eclesiais de metáforas bíblicas.

Quando o assunto é extremismo de ambos os lados de uma dicotomia, eis um ponto em comum: ambos podem se perceber justificados sobre fundamentos de verdades unilaterais, incompletas e adequadas aos interesses de quem as produz.

Para a tristeza dos conservadores, o islamismo não detém o monopólio do fundamentalismo religioso. Em maior ou menor grau, grande parte das religiões já ultrapassou a linha do extremismo. Como lembra a professora Maria de Lourdes Corrêa Lima, do departamento de teologia da PUC-Rio, o conceito do fundamentalismo tem início no século 20, quando a American Bible League lançou em 12 volumes a obra *The Fundamentals: a Testimony to the Truth* (“Os pontos fundamentais: um testemunho para a fé”, em tradução livre). A ideia era defender os cristãos das ameaças do liberalismo e do modernismo, que iam de encontro a suas convicções. “O fundamentalismo se baseia numa visão dualista, segundo a qual tudo o que não está de acordo com o que o grupo defende é considerado mau. Não entram mais em jogo nem a reflexão nem a tolerância, mas somente a afirmação categórica de certos princípios”, explica ela. (FERNANDES; TANJI, 2015, INTERNET).

A percepção quanto ao livre arbítrio, que propõe a necessidade de uma suposta escolha racional entre bem ou mal segundo benefícios e malefícios, pode conduzir o senso comum de indivíduos predispostos à filosofia cristã a aceitarem teorias capazes de questionar o que se tiver por seleção racional de crenças. Se crê pela fé, e pela fé na crença se justifica sem acreditar na primordialidade de evidências científicas.

Eis que nos perguntamos: a escolha racional atende a princípios religiosos em reflexões individuais, ou também atende ao senso comum da sociedade na qual se está inserido?

Durante os diálogos entre metodologia e fundamentação teórica destacamos que as reflexões mais adequadas às respostas obtidas em pesquisa assimilam a dialética entre variáveis incontroláveis do cotidiano. Pelo viés publicitário permitimo-nos estudar os elementos do senso-comum relevantes à interpretação da mensagem em intenção ao evangelismo radicalmente inclusivo proposto pela ICM João Pessoa.

[...] assim como a teoria da escolha racional, o senso comum insiste em que as pessoas têm razões para fazer o que fazem-e isso pode até ser verdade, mas não necessariamente nos permite prever nem o que elas vão fazer nem as razões para fazerem o que fazem. Depois que o fizerem, é claro, as razões vão parecer óbvias, e vamos concluir que se ao menos soubéssemos de algum fator em particular que se revelou importante, poderíamos ter previsto o resultado. (WATTS, 2013, p. 60).

No que diz respeito ao sexo segundo a religião cristã, reconhecemos a dicotomia norteada em aversão ou afinidade ao padrão heteronormativo. Entretanto, percebemos o momento como propício a diálogos em rede social para representatividade do casamento igualitário religioso segundo volume de conteúdo oferecido nos mais diversos veículos de comunicação.

Destacamos: é percepção sem a exatidão sugerida ao formato tradicional de trabalhos científicos, que tenderia a ter de ser justificada em números e alinhamento de fatos sociais a teorias da comunicação.

Por entender que o assunto pode ser trabalhado metodologicamente segundo o que Silva (2014) argumenta como “narrativa do cotidiano”, justificamos nossa percepção refletindo sobre o que poderia ser argumentado como alinhado à Teoria da *Agenda Setting*.

Lideranças religiosas fundamentalistas, pentecostais e neopentecostais, bradam contra o que compreendem como *lobby gay* por parte do posicionamento inclusivo, ainda que capitalista, dos principais veículos de comunicação de massa brasileiros. Os pastores de formação cristã tradicionalista argumentam que a “estratégia de propagação da aceitação ao homossexualismo” pode se tratar de obra de inspiração maligna.

Sob viés publicitário, percebemos que as cerimônias de casamento, independente da performance sexual dos envolvidos, abrangem um mercado consumidor de produtos e serviços tradicionalmente rentáveis²⁴.

3.2. Marginalizados pela tradição, e em destaque nas redes sociais

Ressaltamos: o trabalho de caráter científico não tem interesse em tomar partido, ou avaliar as intenções da midiaticização religiosa. Todavia, nos importa observar o fato de forma a vislumbrar compreensão dos impactos de discursos inclusivos religiosos em rede social.

Em análise a sites católicos, o pesquisador SBARDELOTTO (2011, p.13) sugeriu que há “uma interação entre o fiel, por meio da internet, com elementos do sagrado disponíveis na internet” possibilitando uma experiência espiritual-religiosa.

²⁴ Segundo a matéria “O primeiro caso de divórcio gay no Brasil”, disponível no site da Época: Os números mais recentes do IBGE, de 2013, registraram 1.052.477 casamentos civis. Desses, 1.774 eram entre dois homens e 1.926 entre duas mulheres. Por ser um fenômeno recente, a Associação dos Notários Registradores do Brasil (Anoreg) não tem levantamentos sobre a quantidade de divórcios homossexuais. Mais da metade das uniões ocorreu no Estado de São Paulo – 1.945 uniões ou 52,5% do total. Disponível em: <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/03/o-primeiro-caso-de-divorcio-gay-no-brasil.html> Acessado em 23/10/2015.

O argumento corrobora com a compreensão da interatividade inserida no processo de midiatisação religiosa. O fiel pode observar e comentar, em tempo próximo ao real, sobre fatos de repercussão em rede social.

Após visita ao Brasil em julho de 2013, o Papa Francisco, em entrevista coletiva²⁵ concedida no avião de retorno ao Vaticano, declarou que “os homossexuais não devem ser marginalizados por causa de o serem, mas que devem ser integrados à sociedade”. Questionado sobre que postura a igreja católica deveria tomar diante de fiéis homossexuais, o Papa retornou com o seguinte questionamento: “Quem sou eu para julgar os gays?”.

O Papa condenou o que considerava *lobby gay*, mas ressaltou o interesse em diálogos inclusivos. Este posicionamento promoveu euforia e discórdia entre antagônicos grupos sociais.

O discurso, que ousou sugerir flexibilidade à tradição heteronormativa, naturalmente serviu de munição virtual a batalhas através de comentários em rede social.

A dinâmica proposta em rede social é imediatista, e, por diversas vezes, sugere opiniões desenvolvidas através do consumo de conteúdos compartilhados em fontes informais como *sites*, *blogs* e na própria rede social.

Argumentamos que sempre haverá relevância ao senso comum diante de um senso crítico adequado à intenção à alteridade. É mais rápido seguir na superfície que apurar os fatos.

Exposições sob o direito à liberdade de expressão em rede social reforçam a necessidade de observar comentários de posicionamento protestante cristão no *Facebook*. Onde falta educação às reflexões sobre a vida em alteridade, tem-se disposição de sobra para manutenção do direito à liberdade de opressão a minorias tradicionalmente marginalizadas.

A propagação de matérias e editoriais sobre assuntos relacionados à comunidade LGBTTT, ainda que avaliados sobre diferentes suportes de comunicação e perspectivas jornalísticas, pode conduzir ao entendimento de que opinião pública tende a se posicionar alinhada aos discursos propagados na mídia e reproduzidos no cotidiano.

Cabe-nos, então, refletir sobre a seguinte pergunta norteadora: as opiniões de personalidades, combinadas ao senso comum de conteúdos religiosos seculares em rede social, podem influenciar diretamente na opinião pública? Nem sempre.

²⁵ A entrevista coletiva repercutiu mundialmente. Destacamos conteúdo de um dos principais portais de notícia brasileiro disponível em: <http://migre.me/qYLRJ> Acessado em 15/07/2015.

Quando tentamos imaginar como uma complexa rede de milhões de pessoas está conectada-ou, ainda mais complicado, como a influência se propaga por ela- nossa intuição é imediatamente derrotada. Ao efetivamente concentrar toda ação nas mãos de alguns indivíduos, argumentos de “pessoas especiais” como a lei da minoria reduzem o problema de compreender a maneira como a estrutura de redes afeta o resultados, transformando-o no problema muito mais simples da compreensão daquilo que motiva as pessoas especiais. Assim como todas as explicações de senso comum, parece razoável, e pode até estar certo. Mas ao afirmar que “X aconteceu porque algumas pessoas especiais fizeram com que acontecesse”, substituímos um raciocínio circular por outro. (WATTS, 2013, p. 106).

Quando expostos em análise do discurso, os comentários admitem um gigantesco volume de dados e informações sujeitos à necessidade de combinar mais metodologias a um novo cronograma. Por isso, durante os processos da pesquisa preferimos observá-los sem obstruir os objetivos diante da problemática envolvendo a propagação institucional da ICM João Pessoa no *Facebook*.

Observamos o cotidiano caminhando, com cientificidade, sem tomar partido ou avaliar a intenção dos veículos de comunicação.

Argumenta-se que há disponibilidade à visibilidade LGBTT por parte dos que produzem as pautas de matérias nos principais veículos de comunicação, segundo adequação ao esforço de cooperação a uma suposta *agenda setting*. Não obstante, ressaltamos a ideia de que o assunto pode conquistar cada vez menos espaço na mídia tendo em vista o fato de ser cada vez mais corriqueiro.

Corroboramos com Sodré (2009, p. 57) quando este defende que a teoria é insuficiente ainda que se perceba uma função. Segundo o autor “o agendamento só funciona por força das prescrições de natureza moral, potencializadas pela iluminação da tecnologia e do mercado, em consonância com a profunda afetação da vida comum pela tecnocultura.”.

3.3.Marginalizados pela tradição: ide e multiplicai-vos em rede social

Educar, compartilhar e multiplicar para sobreviver. Progressivamente, as instituições religiosas de posicionamento inclusivo se destacam num momento propício ao conteúdo compartilhável em rede social virtual.

O cristão homossexual pode encontrar conforto ao passar despercebido no convívio em comunidades evangélicas tradicionais, onde o sexo deixa de ser pecado após o relacionamento, monogâmico, estável, passar pelo casamento religioso. Neste ponto, cremos

que o acesso à informação via internet garante praticidade e relativo anonimato a quem busca referências sobre igrejas que apoiem o casamento entre pessoas do mesmo sexo.

A comunicação via rede social tende a refletir a identidade comunitária da igreja. Considerando diferentes estágios de desenvolvimento institucional, onde se pode observar desde a intenção a uma teologia *queer*²⁶ até instituições inclusivas adaptadas de padrões heteronormativos, percebemos pontos em comum que convergem à percepção, superficial, de que a internet pode colaborar como ferramenta de comunicação comunitária alternativa.

Deduzimos que, sob um viés subjetivo onde o ciberespaço é vivenciado como suporte gratuito de comunicação, as comunidades religiosas atentas ao cotidiano na internet consideram rentável investir esforços em campanhas institucionais em rede social.

Diante da noção quanto a custos elevados de investimentos em veículos de comunicação tradicionais, argumenta-se que a evangelização em rede social tem melhor “custo x benefício”.

De forma geral, argumenta-se, de maneira equivocada, que o compartilhamento amador de conteúdo religioso no *Facebook* relaciona-se a ações de economia criativa diante de custos de produção, impressão, e propagação profissional.

Em comunidades cristãs em rede social as interações virtuais ocorrem de forma semelhante às *fanpages*. Percebemos o desenvolvimento das relações sociais no ciberespaço segundo princípios de uma cultura da convergência proposta por Jenkins (2010), e observamos que a intenção na produção e compartilhamento de conteúdo religioso busca seguir a tradição ao evangelismo.

Compreendemos a variedade de suportes de comunicação via internet, e inclusive testemunhamos a intenção a produções, adequáveis ao design responsivo²⁷, alinhadas à dinâmica comercial. Todavia, observamos, desde agosto de 2013, que o material virtual produzido pelas igrejas inclusivas ainda tem como diretriz de produção a adaptação de peças gráficas ao formato digital.

Das imagens de *banners*, panfletos e cartazes oferecidas pela igreja matriz à filial pessoense, adaptaram-se as primeiras propostas de peças institucionais compartilháveis em

²⁶ Compreendemos o termo “teologia *queer*” como intenção a aceitar diversas identidades e orientações sexuais sem fazer acepção segundo padrão heteronormativo. Destacamos a seguinte obra para mais informações: MUSSKOPF, André Sidney. *Via(da)gens teológicas: itinerários para uma teologia queer no Brasil*. São Paulo, SP: Fonte Editorial, 2012. 502 p.

²⁷ Segundo Fabrício Teixeira, professor da Miami Ad School, em matéria para o Blog “*The Artificial Intelligence*”: “O **Responsive Web Design** é uma das soluções técnicas para esse problema: programar um site de forma que os elementos que o compõem se **adaptam automaticamente** à largura de tela do dispositivo no qual ele está sendo visualizado”.

rede social. A produção é sugerida a membros da comunidade, e está sujeita à aprovação da liderança religiosa em momento anterior à publicação.

A experiência de estudo de conteúdo religioso inclusivo antecede a etapa inicial da produção do pré-projeto da presente dissertação. É oportuno compartilharmos experiência pessoal na participação da produção de uma peça virtual divulgada em *fanpage* e perfil virtual do primeiro momento da igreja ICM João Pessoa. Ressaltamos: no capítulo 2 do presente trabalho apresentaremos o histórico da igreja desde a primeira formação ao formato atual.

Comentários sobre conteúdos religiosos em veiculações informais em rede social tendem a confirmar, reforçar e estimular a troca de experiências sobre valores comuns alinhados à vida em comunidade dentro e fora do ciberespaço. O que for compreendido como opinião em desacordo com os valores cristãos tende a ser rapidamente repellido.

Propaga-se uma alteridade condicionada à aceitação de padrão comum de comportamento. Como num renascimento, que pode incluir rituais sacramentais, o indivíduo que aceita o cristianismo como filosofia de vida deve renegar o passado para continuamente viver e propagar, inclusive através de diferentes veículos de comunicação, a religião.

Ressaltamos que não nos coube avaliar a qualidade da propagação segundo eficiência em quantidade de conversões.

Percebemos o ato de comunicar segundo instrumento de transmissão de valores religiosos sob diversas variáveis. Em nossos estudos, consideramos que se produz conteúdo virtual a quem busca mais experiências pessoais em valores cumulativos em séculos de educação cristã. Convertidos comunicam-se com convertidos.

Verificamos a narrativa do cotidiano descrita na dissertação buscando não correr o risco de ensaiar sobre predições quanto ao futuro das religiões.

Refletimos sobre a comunicação no sentido de perceber, de forma participante em comunidade cristã, a compreensão comunitária do que é preciso manter, em publicidade e propaganda, de acordo as imagens de representatividade inclusiva.

Segundo a realidade de custos fixos, é ponto comum às instituições religiosas a necessidade de ampliar a própria mensagem religiosa e o número de fiéis para arrecadação e manutenção da administração institucional.

A religião atendia a grande parte das necessidades dos primeiros povos, oferecendo modelos para organizar a vida- por meio de ritos, rituais e tabus-, além de servir como base para compreensão de seu lugar no mundo. Poderia a religião, portanto, ser explicada como um mero artefato social? Muitas afirmariam que é muito mais que isso. Ao longo dos séculos, as pessoas

desafiaram posições contrárias à sua fé, sofrendo perseguição e morte para defender o direito de cultivar seu(s) deus(es). (AMBALU et al, 2014, p.12).

De maneira paradoxal, a mediação institucional religiosa em redes sociais, de forma a contextualizar-se as tendências de mercado, pode ser assimilada como indicador de influência da educação cristã para expansão virtual de valores dogmáticos acumulativos. A religião adequa-se ao racionalismo capital como forma de sobrevivência financeira e ideológica.

Apreciando o surgimento de diferentes denominações cristãs, compreendemos, sob viés mercadológico em publicidade e propaganda, que a expansão territorial pode admitir a intenção à inclusão de diferentes públicos. Ao capital religioso é necessário ampliar a arrecadação para também desenvolver projetos evangelísticos.

O desenvolvimento destas comunidades vem sendo observado informalmente desde a fundação da primeira sede da igreja inclusiva ICM na Grande João Pessoa, entretanto é oportuno afirmar que não é fato isolado.

Dados aproximados revelam a existência de 28 comunidades desse tipo organizadas no Brasil, em nove Estados. Um levantamento entre os líderes dessas comunidades, feito a pedido da BBC-Brasil em 2012, sugere uma frequência estimada de 10 mil pessoas. Muitas delas foram expulsas de igrejas evangélicas tradicionais, após assumir ser gays, ou afastadas por uma forma mais sutil de assassinato: o desprezo ou a indiferença. (CÉSAR, 2013, internet).

A partir disto, tem-se aqui a proposta de continuar a estudar o potencial transformador das redes sociais em conformidade ao compartilhamento de experiências religiosas, e conteúdo religioso inclusivo em tempo próximo ao real de forma a promover o desenvolvimento de uma identidade religiosa comunitária.

3.4.Ciberespaço: da comunicação digital à torre de Babel

No princípio, os militares desenvolveram o que viria a ser a Internet quando dois blocos ideológicos e antagônicos ousavam exercer influência sobre o céu e a terra. De um lado, a extinta União Soviética, representando os países de regime socialista, e do outro os Estados Unidos em defesa dos países de regime econômico capitalista. Numa corrida entre duas superpotências, em que só se admitiria o primeiro lugar, se deu a chamada Guerra Fria, quando toda inovação que promovesse maior dinamicidade na produção, transmissão, e

reprodução de informações era disputada à luz da superioridade constatada e reconhecimento da potencialidade de propaganda ideológica dos meios de comunicação.

Comunicação digital, interpretação e interatividade vêm conjugando um ambiente colaborativo de relevância em harmonia às novas formas de expressão comunicativa integrada ao cotidiano.

Como afirma Castells (2003, p. 32), “a Internet é, acima de tudo, uma criação cultural” e seu desenvolvimento deve ser também relacionado à premissa de que o ato de se comunicar deve ser natural à sobrevivência da humanidade desde o tempo das cavernas a era dos indivíduos conectados em rede. Percebemos a internet semelhantes tribos virtuais disponíveis à conexão entre semelhantes numa mesma aldeia global.

Compreendemos a Internet como um produto cultural, que inclui serviços intangíveis, capaz de assimilar ciclos constantes de definições e redefinições de si mesma. Concebe-se os benefícios como ambiente virtual de ferramentas integradas à experiência de compartilhamento de conteúdo, mas é na perda do acesso que se percebe a integração do cotidiano virtual à comunicação social.

Propomos uma reflexão ao momento: o desenvolvimento da tecnologia reflete no desenvolvimento da comunicação humana? Percebemos o excesso de tecnicismos, no sentido de promover uma adequação a padrões catalogáveis em comunicação na internet.

O desenvolvimento de suportes de comunicação social corrobora com o argumento de McLuhan (1964, p. 34) ao afirmar que “os efeitos da tecnologia não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos: eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas da percepção, num passo firme e sem qualquer resistência”. Navega-se na Internet à caminho de novas formas de se experimentar a comunicação sem necessariamente perceber um porto final.

O cotidiano de conceitos fluídos, em afinidade à observação diária de processo de construção e desconstrução em comunicação social, transcende veículos de comunicação. A busca por conceitos definitivos às cotidianidades em rede social adequam-se a alternativas positivistas, comerciais e justificáveis através de argumentos comuns compreendidos em superficialidade.

A importância da internet à comunicação é inegável, mas pode ser melhor compreendida refletindo sobre o fato de ser uma plataforma alternativa à comunicação presencial que propõe interatividade em tempo real.

Por ser um espaço virtual que proporciona o diálogo relativo entre diversidade de opiniões, faz-se necessário refletir sobre argumento sugerido por Martino (2014, p. 30) ao

afirmar que “não há um elemento unificador como uma teoria política ou uma crença religiosa que dê forma ou organize todos os elementos presentes na cibercultura”.

Organizamos a pesquisa compreendendo o erro de entender assimetria no que é natural ao cotidiano. Deparamo-nos, então, com o fato de que é também problemático enveredar por conceitos que unifiquem teorias da comunicação.

Sempre foi e continua sendo conceitualmente ambígua a ideia acadêmica de comunicação. Apesar disso, a ideia de transmissão e persuasão, concretizada nos dispositivos técnicos que fazem circular os discursos sociais, com a consequente recepção por parte de públicos amplos e heterogêneos – portanto, na *comunicação funcional* ou *comunicação/informação* – é desde o começo a principal responsável pelo paradigma dos efeitos na abordagem acadêmica da comunicação. A expressão comunicação funcional revela-se aqui muito adequada, uma vez que esse paradigma pertence por inteiro ao persistente positivismo funcionalista da escola sociológica norte-americana. (SODRÉ, 2014, p. 24).

Inclusive, reforçamos: o interesse na experiência adequada a interesses individuais tende a distanciar opiniões em dessemelhança.

Estudamos a cibercultura através de reflexões de Levy (1999) que combinam ciberespaço, virtualidade, inteligência coletiva e comunidades virtuais. Percebemos tendências, num universo de conexões possíveis, ao desenvolvimento de pequenos mundos particulares.

No ciberespaço em rede social, encontros entre usuários focados podem propiciar a formação de bolhas ideológicas. Neste aspecto, inclinamo-nos à compreensão segundo esforço aparentemente intuitivo de encontrar, no outro, a justificativa de valores e crenças sociais.

Estas tribos virtuais passam a coexistir a ponto de sugerir a necessidade de representatividade dentro e fora do ciberespaço. São bolhas que se percebem como planetas em universos particulares, ideológicos e em expansão. A própria percepção não condiz com a realidade uma vez que tende a se fundamentar como compromisso de fé entre semelhantes.

3.5. Cibercotidiano de oportunidades de comunicação religiosa em redes sociais

Da abertura da economia, na década de 1990, com a importação de tecnologia, ao cenário econômico brasileiro atual, em que o aumento em linhas de crédito sugeriu crescimento na aquisição de suportes de comunicação em acesso à Internet, é propício afirmar

que a chamada inclusão digital, por parte de públicos anteriormente marginalizados da experiência de navegação na *web*, vem diversificando o perfil dos internautas brasileiros.

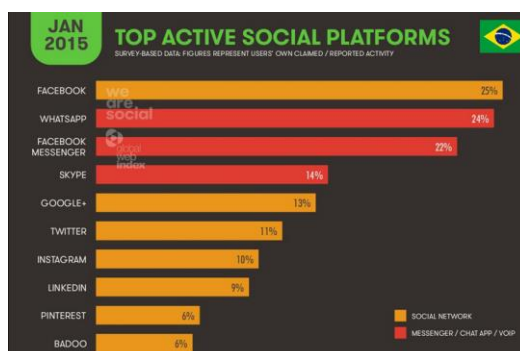
No escopo do ecossistema móvel, calcula-se que o número de dispositivos (tablets, laptops, smartphones e netbooks) já supera o da população do planeta (sete bilhões de pessoas). Mas no âmbito global da tecnociência, as formas de transmissão e codificação de sinais põem a comunicação no centro de uma metamorfose antropológica, que alguns analistas do fenômeno tem chamado de pós-humanismo. (SODRÉ, 2014, p. 20)

Conflitos ideológicos em comunicação proporcionados através das redes sociais na Internet, são o reflexo de um ambiente cada vez mais acessível tanto ao diálogo entre opiniões semelhantes quanto ao debate entre dessemelhantes, que tendem a seguir fundamentados em conteúdo de fontes corruptíveis de informação.

Conectar-se ao cibercotidiano pode fazer parte de uma propaganda global por uma sociedade conectada ao ciberespaço. Uma variável que pode apontar crescimento no consumo de suportes de acesso à internet diz respeito ao número de *smartphones*, que em publicidade e propaganda vêm sendo divulgados segundo câmera digital e a promessa de acesso às redes sociais.

Em pesquisa recente realizada pela empresa eMarketer²⁸, e traduzida pela assessoria do portal Meio e Mensagem (2014), “o Brasil encerrou 2014 como o sexto maior mercado de smartphones do mundo, com 38,8 milhões de aparelhos”. Correlacionando a dados recentes sobre a preferência brasileira por redes sociais, através de pesquisa produzida e disponibilizada pela agência internacional de marketing social *We are social*, sugerimos atenção à Imagem 17.

Imagem 17: Top 10 de redes sociais no BRA



Fonte: <http://pt.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015>

²⁸ Acesso ao portal de pesquisas relacionadas ao Marketing Digital, eMarketer: <http://www.emarketer.com/> Acessado em 06/01/2015.

A pesquisa online que gerou o relatório *Digital, Social & Mobile in 2015* foi realizada durante um ano em 240 países. Sobre o Brasil, a pesquisa destaca que dos 240 milhões de habitantes cerca de 110 milhões são usuários ativos da internet. Destes usuários ativos, a pesquisa destaca que 96 milhões participam ativamente das redes sociais dispostas na Imagem 17. Percebemos o *smartphone* como índice importante do crescimento de usuários brasileiros nas redes sociais por refletir que são itens domésticos de preço mais acessível diante de *tablets*, *notebooks* e *desktops*.

Poderíamos pensar na internet como propiciador do desenvolvimento à leitura e interpretação textual, entretanto, apresentamos uma ressalva: a facilidade de acesso não está relacionada a semelhante desenvolvimento no investimento em educação, e, como consequência, o compartilhamento de excesso de conteúdo corrobora com a expressão “erosão da capacidade de dar significado” de Michael Heim em comentário de Martino (2014, p. 42).

Em pesquisas sobre mídia e cotidiano, Farbiarz (2014) argumenta que, no Brasil, o nível de educação pode estar relacionado ao nível sócioeconômico. Tende-se a deduzir que o crescimento no consumo de suportes de comunicação com acesso à internet torna complexa a percepção de uma efetiva sociedade da informação.

Se, por um lado, encontramos nos recursos tecnológicos algumas formas mais dinâmicas e democráticas de interação, por outro lado, a velocidade da atualização que impõe em seus usos propicia o surgimento de um hiato cognitivo entre interlocutores de diferentes gerações, que não compartilham os mesmos repertórios culturais e se apropriam destas tecnologias de formas distintas. (FARBIARZ, 2014, p.27)

Aceitar o conteúdo religioso como verdade compartilhada em comunidade assume maior valor que lacunas e dúvidas naturais à interpretação individual. Neste contexto, considera-se que o enaltecimento ao evangelismo cristão tem efeito similar à publicidade e propaganda institucional na construção de valores que diferenciem o cristianismo dentre a diversidade de religiões dispostas num mesmo suporte interativo de informações via internet.

A compreensão da influência comportamental em redes sociais na internet, como uma extensão cibernética de suporte à comunicação, possui hoje mais perguntas que respostas. Em linhas gerais, reafirmamos que a pesquisa busca responder satisfatoriamente à seguinte pergunta norteadora: até que ponto o uso da rede social *Facebook* pode servir de comunicação alternativa ao fortalecimento de um propósito religioso inclusivo?

Constatamos o desenvolvimento de conteúdos amadores de publicidade e propaganda inspirados em visões dicotômicas, do bem e do mal, aceitas por fiéis como representações dos discursos em púlpito dominical.

Entretanto, uma ressalva: nem todo conteúdo que se apresenta como cristão é aceito em comunidades cristãs. No que diz respeito à aceitação de cristãos interessados a formalização, em caráter religioso, de relações homoafetivas, o preconceito permanece evidente.

Todavia, a tolerância socialmente expressa aos descrentes está condicionada ao posicionamento das lideranças religiosas anunciado à comunidade. Presume-se por tolerância o que não ofende o discurso da liderança religiosa.

Estimula-se o bem-estar comum entre semelhantes em ideologia, mas também o desejo de reparação divina para exaltação dos fiéis e justiça contra os “infieis escarnecedores” da fé. A ausência de diálogo entre denominações cristãs tradicionais e inclusivas serve de estímulo à ideia de que admitir uma nova interpretação bíblica é escarnecer sobre a tradição.

Compreendemos que o estudo que envolve o surgimento e desenvolvimento de uma comunicação comunitária virtual, a partir do agrupamento relativamente instantâneo de público sob uma mesma crença religiosa, sugere a necessidade de reflexões envolvendo elementos da Antropologia, da Sociologia, da Filosofia e da Psicologia social como complementos necessários à compreensão das motivações, pessoais e sociais, para tal agrupamento em comunidade.

3.6. Reflexões sobre o processo de evangelização no Brasil

A intenção de padronizar a linguagem para alcançar diversos públicos, em diferentes níveis de formação educacional, torna os discursos evangelísticos bastante simplificados. Adequam-se os discursos à homilética²⁹ para conduzir a raciocínios sugeridos por lideranças religiosas com a fidelidade de reverenciar e manter a tradição de dogmas.

Em linhas gerais, apresentamos um ponto em comum na comunicação institucional cristã: propaga-se os benefícios da vida religiosa distante das consequências da vida em pecado. Nesta circunstância, o sofrimento é, então, resultado da violação de preceitos religiosos.

²⁹Por homilética compreendemos a seguinte finalidade: “O estudo da Homilética abrange tudo o que tem a ver com a pregação e apresentação de práticas religiosas: como preparar e apresentar sermões de maneira mais eficaz”. Disponível em: <http://solascriptura-tt.org/Idde/Homiletica-JoseFerraz.htm> Acessado em: 28/07/2015.

Semelhante ao que ocorria com a igreja primitiva, tendo a ressalva da contextualização à compreensão de um valor comum, há a preocupação em propagar valores de forma semelhante ao processo de educação para o condicionamento ao padrão religioso adequado à salvação tanto de quem educa quanto de quem é educado.

A visão histórica do colonizador sugeria a catequização em nome da salvação cristã, sendo permitido subjugar para reprimir, muitas vezes de forma violenta, práticas míticas praticadas pelos nativos. O comportamento repressivo nos remete à concepção das cruzadas medievais quando se empunhavam estandartes de fé cristã, e espadas em punho.

Os primeiros protestantes chegaram ao Brasil a partir de 1810, em virtude da autorização concedida pelo Tratado de Comércio de Navegação, assinado com a Inglaterra e que abria os portos brasileiros para os ingleses e que garantia, em um de seus artigos, a liberdade de consciência e religião. Desta forma, os anglicanos foram os primeiros a se estabelecerem no Brasil, com cultos voltados para ingleses que aqui residiam ou negociavam, em residências, navios e locais particulares. Não era autorizada a presença de espaços próprios para cultos de qualquer religião que não fosse o catolicismo. (SILVA, 2014, p. 13).

O catolicismo tem raízes desde o tempo em que foi religião oficial. A Constituição do Império em 1824, quando se reconheceu a presença de diversos credos em solo brasileiro, apresentava a condição de nunca catequizar ou concorrer com a religião católica. O voto era censitário, numa monarquia onde a igreja era subordinada ao Estado e o imperador imune a julgamentos por seus atos. Neste cenário, a prática evangélica era filosofia de vida de uma minoria.

Sobre a laicidade do Brasil República, Silva (2014, p. 15) afirma que a proibição ao Estado de “estabelecer, subvencionar ou embaraçar o exercício de cultos religiosos” se deu, anos depois, através da Constituição da República em 1891.

Oficialmente, o Brasil laico, que apresenta em seu calendário oficial diversos feriados católicos, busca através de iniciativas educativas promover o diálogo entre diversas instituições religiosas. Em nosso recorte em rede social digital, há disposição à alteridade relativa ao contexto em comunicação e tolerância entre semelhantes.

Através de reflexões à luz da Comunicação Social, em atenção a impactos midiáticos sobre o cotidiano, temos a intenção de aproximar o foco e observar o mosaico de identidades de uma igreja evangélica inclusiva, e de inspiração neopentecostal, que se percebe adequada a receber públicos tradicionalmente marginalizados.

Há diversidade de instituições de posicionamento evangélico, e ainda carência de números exatos capazes de reunir variedade de denominações. No capítulo seguinte apresentaremos conceitos fluídos sobre essas identidades em desenvolvimento segundo perfil evangélico inclusivo da ICM João Pessoa.

3.7. Bíblia azul e Bíblia rosa

Em publicidade e propaganda de conteúdo religioso, o padrão heteronormativo é tradição comum à diversidade de denominações religiosas cristãs.

De forma geral, percebe-se o enaltecimento à diferença entre gêneros sexuais, onde a genitália tende a definir, como verdade absoluta, a identidade sexual. Argumenta-se a manutenção e definição de comportamentos esperados desde a infância segundo expectativas comportamentais dicotômicas entre machos e fêmeas.

A ludicidade é desenvolvida segundo a apresentação de personagens de inspiração cristã onde o conteúdo a meninos e meninas tende a ser diferenciado, primeiramente, em padrões de cores definidas para cada sexo.

De fato, compreende-se a oportunidades de diálogos em assuntos dirigidos a ambos os sexos, mas, até o momento, não encontramos conteúdo religioso, além da iniciativa cristã inclusiva, que desconstrua a tradição da cor rosa para meninas e a cor azul para meninos.

Há reflexões em debates sobre a atenuação de discursos misóginos por se levar em consideração uma tradição de interpretações em que ainda é aconselhado à mulher cristã a submissão em benefício da família.

Da adolescência à fase adulta, a publicidade e propaganda de cunho religioso cristão tende a sugerir cautela diante de contornos ambíguos, enquanto inspiram reflexões sobre a consequência à desobediência da adaptação ao padrão *heteronormativo*. A crença na autenticidade do preceito se dá pela tradição de buscar ressalvas diante de questionamentos a argumentos bíblicos.

Eis um fato: não há bíblias rosa para o público masculino. O macho pode comprar para si, mas ao usá-la em público estará sujeito ao estigma de não ser adequado ao padrão. Faz-se oportuno refletir: se a definição de cores por gênero sexual não está na Bíblia, por que seria ofensivo pensar que há conceitos religiosos fundamentados em senso comum não religioso?

Quando definiram as cores para representarem os sexos, delimitaram os tons de bom tom cristão como padrão a ser seguido.

Em leitura literal, a Bíblia apresenta normas e aconselhamentos em conflito com a ciência, que também tem a Internet como veículo de propagação. É, por exemplo, comum aos cristãos fundamentalistas aconselhar que diante de impulsos sexuais não haja alternativas além do celibato³⁰ e o sacramento matrimonial heteronormativo.

Argumenta-se, também sobre uma interpretação literal de argumento bíblico, aceitar que homem e a mulher representam papéis hierarquicamente distintos³¹.

Dentre diversos versículos interpretáveis para justificar a importância de atender aos discursos das lideranças, sugerimos a reflexão sobre um argumento contido no livro bíblico aos Romanos (13:1-2):

Cada qual seja submisso às autoridades constituídas, porque não há autoridade que não venha de Deus; as que existem foram instituídas por Deus. Assim, aquele que resiste à autoridade, opõe-se à ordem estabelecida por Deus; e os que a ela se opõem, atraem sobre si a condenação.

A tradição protestante teve em sua concepção a proposta de contestar verticalizações promovidas pela ortodoxia cristã, que inclusive admitiam a celebração de rituais religiosos em latim num contexto de analfabetismo e segregação intelectual.

Contudo, propomos uma compreensão onde a mediação evangélica, que deve incluir a propagação de conteúdo em redes sociais, pode destoar em contradições por alternar o foco da mensagem cristã e a atenção às lideranças religiosas, como intérpretes sacramentados à transmissão do que se deve aceitar por vontade divina.

Embora a evangelização seja a promessa fundamental ao investimento de esforços em participação institucional na internet, o uso dos suportes de comunicação digital virtual agrega valor complementar à tradição dos veículos de massa.

3.8.Efeitos Halo e Mateus: intenção e aceitação da propaganda cristã inclusiva

Mesmo segundo posicionamento inclusivo, a comunicação em diversidades de performances sexuais é delimitada para caber em argumentos definidos.

³⁰Em 1 Coríntios 7:6-7 tem-se: "Digo isto, porém, como que por concessão e não por mandamento. Contudo queria que todos os homens fossem como eu mesmo; mas cada um tem de Deus o seu próprio dom, um deste modo, e outro daquele."

³¹Em 1 Coríntios (11:3): "Mas quero que saibais que Cristo é a cabeça de todo o homem, e o homem a cabeça da mulher; e Deus a cabeça de Cristo."

Em linhas gerais, avaliaremos a hipótese à luz da Publicidade e Propaganda a partir do que Watts (2013) apresenta como efeito Halo, onde a característica melhor percebida pelo público se sobressai diante de um complexo mosaico de qualidades e defeitos, e efeito Mateus, que sugere uma tendência individual a seguir a opinião da maioria.

Em Publicidade e Propaganda é essencial fazer ressoar em diferentes públicos a mensagem sobre produto ou serviço destacado ao anseio do momento. Além da fé no divino, as instituições religiosas precisam de público para sobrevivência administrativa dos projetos de evangelização.

Sobre a comunicação de conteúdo religioso, compreendemos a expansão das igrejas evangélicas em rede social através da percepção de Wolton (2004) sobre as funções da comunicação segundo normatividade e funcionalidade.

Por normatividade compreende-se o partilhar de informação para uma compreensão próxima da mutualidade. Sobre o caráter funcional da comunicação refletimos como a intenção de promover ações e reações em favor de necessidades e interesses representativos.

De forma ilustrativa para refletir sobre comunicação normativa e funcional, em geral, formulamos hipóteses especulativas segundo propagação das mensagens evangélicas no *Facebook*. Destacamos:

a) As lideranças das igrejas evangélicas compreendem, intuitivamente, as redes sociais como ferramentas virtuais ideais à comunicação normativa.

Percebeu-se na pesquisa a crença na evangelização em rede social. O processo de conversão pode incluir o consumo de conteúdo em rede social de forma complementar a educação ao padrão religioso.

A experiência da vida em comunidade religiosa estende-se à rotina privada através da conexão às redes sociais, a qualquer hora do dia, para contínua educação e manutenção dos princípios cristãos.

b) Instituições evangélicas em rede social tendem à intenção a um posicionamento evangelístico virtual.

De forma abrangente, a comunicação em rede social é percebida como possível canal de informações acessíveis a todos os perfis em conexão. A ânsia de alcançar novos membros, que pode também ser lida como intenção à representatividade, pode ignorar algoritmos de seleção e visibilidade de conteúdo adequado ao interesse do indivíduo durante a experiência de navegação.

Semelhante à intenção de produção do próprio conteúdo em movimentos sociais em conformidade ao *Do It Yourself*, percebemos nas redes sociais virtuais estabelecidas pelas

igrejas inclusivas um conteúdo amador e compartilhável entre pessoas em busca de consolo espiritual.

Segundo Watts (2013), em definição do “Efeito Mateus”, quanto maior o número de seguidores maiores as chances de atrair a atenção de novos seguidores. Percebe-se na midiatização das comunidades religiosas o interesse em fazer parte do cotidiano em redes sociais numa dinâmica promovida pela Internet, que por sua vez tem potencial para o que Jenkins (2010) sugere como suporte de comunicação ideal à cultura da convergência.

Destaca-se uma hipótese sobre o evangelismo no *Facebook*: diante dos algoritmos de proximidade, é improvável que o conteúdo religioso compartilhado alcance, diretamente, quem não tem interesse no evangelho cristão.

A intenção da comunicação de um padrão tende a ser funcional a quem produz o conteúdo.

Neste contexto, as funções normativa e funcional podem ser percebidas como complementares em ambiguidades e de tênue delimitação, e que tendem, corroborando com Wolton (2004, pág. 18), a estarem presentes nos perfis direto, técnico e social da comunicação.

O cotidiano em comunicação digital é cada vez mais complexo em convergências midiáticas e conexões interpessoais à distância. Contudo, não se deve compreender a comunicação como processo emparelhado à tecnologia.

Em atenção à caminhada científica em comunicação social, tendemos à percepção de que a busca por variáveis exatas pode não absorver ambiguidades em capacidades interpretativas antes, durante e após os processos relacionais.

Martino (2014, p. 129), em estudo sobre a crítica de Lee Siegel à euforia de teóricos em relação ao desenvolvimento da comunicação social em paralelo ao desenvolvimento da tecnologia, argumenta que num mundo “confuso, fragmentado e desconectado, a internet providencia formas diversas de conexão e sociabilidade adequadas a este contexto”.

Deste ponto, percebemos a importância de fundamentar a pesquisa através de teorias da comunicação em interdisciplinaridade. Segundo Sodré (2014, p. 77), faz-se importante empenhar-se além da perspectiva funcionalista “que faz do estudo da comunicação algo parasitário de uma disciplina clássica do pensamento social, portanto um saber reducionista e avesso ao pluralismo interpretativo”.

3.9. Conteúdo religioso em rede social segundo Palo Alto

Através de análise de Mattelart (2014) quanto aos princípios da comunicação apresentados na Escola de Palo Alto³², destacamos três hipóteses fundamentais à compreensão dos processos comunicacionais adequados ao perfil das instituições evangélicas em rede social.

Em linhas gerais do autor, as hipóteses sugerem que “a análise do contexto se sobrepõe ao conteúdo”, onde a dialética entre variáveis controláveis e incontroláveis compõe um foco diferenciado ao recorte possível no presente estudo científico.

A essência da comunicação reside em processos relacionais e interacionais; Todo comportamento humano possui um valor comunicativo; Observando a sucessão de mensagens situadas no contexto horizontal (a sequência de mensagens sucessivas) e no contexto vertical (a relação entre os elementos e o sistema), é possível deduzir uma “lógica da comunicação”. (MATTELART, 2014, p.69)

A intenção da mensagem pode não ser compreendida em plenitude, e, ainda assim, ser aceita como informação relevante segundo afinidade do receptor individual à fonte. O conteúdo religioso autenticado a partir de acréscimo de versículo, ou interpretação ao preceito bíblico tende a ser lido como expressão divina.

O volume de conteúdo virtual a partir de diferentes fontes virtuais de informações similares tende a ser aceito como expressão à intenção evangelística. Pode-se reconhecer a influência do imediatismo de interpretações individuais superficiais alinhadas à experiência em rede social.

Em caso de dúvida, sugerimos uma reflexão inspirada na educação cristã: a dúvida vem de Deus? Ainda que não possa ser declarada diante do grupo social, percebemos a dúvida e a crença como antagônicos alinháveis à dicotomia do mal e o bem. Adiante, retornaremos à problematização segundo a “perda da capacidade de dar significado”.

³²Na obra “História das teorias da comunicação”, Mattelart(2014) apresenta a Escola de Palo Alto como “a escola invisível”, e sugere contextualizá-la ao momento em que pesquisadores questionam o modelo linear, e simplificado para ser exato, da Teoria Matemática da comunicação defendida por Claude Elwood Shannon em 1948. A escola de Palo Alto nasceu em 1942, e desenvolveu-se através de um grupo de pesquisadores formado por antropólogos, linguistas, matemáticos, sociólogos, e comunicólogos. Impulsionados pelo antropólogo Gregory Bateson, a “escola invisível” teve suas teorias devidamente reconhecidas em meados dos anos 80. Afirma-se que a atenção se deu após a crise dos modelos macrosociológicos, em contemporaneidade ao retorno aos espaços de proximidade, e compreensão dos processos de comunicação como interações.

Duvidar do conteúdo religioso pode ser interpretado em comunidade como promover, de forma inconsequente, o questionamento à inspiração divina apresentada como transcendental à compreensão humana.

Faz-se óbvio destacar que dicotomias em extremismos não devem resistir por muito tempo ao volume de reflexões, diálogos e conteúdo através da internet. Entretanto, argumentamos que o desenvolvimento de bolhas ideológicas pode fundamentar visões de mundo adequadas a decisões e impulsos individuais determinadas por filtros de religiosidade.

Em comunidade cristã, a adequação comportamental aos filtros de religiosidade é reverenciada e propagada como um padrão institucional.

O termo comunicação religiosa pode ser compreendido como intenção de transmitir informação institucional religiosa para construção, desconstrução e reconstrução de identidades sob uma identidade institucional diferenciada das demais instituições cristãs.

Neste contexto, classificamos a informação religiosa a partir de categorias³³ sugeridas por Wolton (2011) como informação relacional.

A aceitabilidade da informação está condicionada aos processos relacionais e interacionais entre indivíduo e comunidade cristã, onde dúvidas não sanadas pela liderança tendem a ser desconsideradas individualmente sob o princípio de que a vontade divina deve prevalecer, mesmo se não for compreendida.

O que interfere na mobilização em favor da causa religiosa deve ser simplificado à condição de obstáculo transponível, e desmerecido de sentido, em nome da fé. Ainda que a experiência seja individual, percebemos que o conhecimento, segundo processo de educação religiosa à obediência e recompensa em fidelidade à filosofia de vida, ocorre tradicionalmente em convívio social. Experiência compartilhada através de testemunhos fortalece laços sociais, e testifica argumentos fundamentais ao conteúdo religioso propagável.

De boicotes a personalidades e empresas, que forem consideradas infiéis à filosofia cristã, à mobilização para eleger políticos explicitamente alinhados à causa religiosa, percebemos novamente dicotomias. A convocação, sempre em tom de luta contra o mal do mundo, é também inspiração à compreensão comunitária de se perceber superior.

³³Segundo Wolton (2011, pág 16): “Existem três categorias de informação: oral, imagem e texto. Esses dados podem estar presentes em diversos suportes. Tem-se a informação-notícia ligada à imprensa; a informação-serviço, em plena expansão mundial graças especialmente à internet; e a informação-conhecimento, sempre ligada ao desenvolvimento dos bancos e bases de dados. Falta a informação relacional, que permeia todas as demais categorias e remete ao desafio humano da comunicação”.

[...] nós investimos muito em nos sentir diferentes uns dos outros- e superiores-, não importa quão tênue seja a base de nosso senso de superioridade e independente do quanto de autossabotagem isso possa envolver. Você pode achar desestimulante saber que, mesmo quando divisões em grupo são anônimas e desimportantes, e mesmo em detrimento do custo pessoal do próprio grupo, as pessoas escolhem discriminar em favor do seu in-group, em lugar de agir pelo bem maior. Mas isso não nos condena a um mundo de intermináveis discriminações sociais. Assim como os estereótipos inconscientes, a discriminação inconsciente pode ser superada. (MLODINOW, 2012, p. 207).

A obediência ao chamado pode estar sujeita à ação em grupo, onde indivíduos em dúvida tendem a converter sua opinião à proposta da comunidade à qual estão inseridos. Até que ponto se pode declarar plena conversão de interesses individuais aos interesses do grupo?

Observamos a questão em comunicação reconhecendo a complexidade de variáveis contextuais onde se pode buscar o equilíbrio entre o pessoal e o comunitário tendo atenção à continuidade, ou não, na participação em comunidade religiosa.

Nas peças publicitárias de conteúdo religioso, observamos a pretensão a uma alteridade condicionada à conversão gradativa a um padrão de comportamento cristão. Prega-se a todos com o objetivo de promover a salvação na conversão à filosofia de vida cristã.

3.10. Ide e comunicai com alteridade, autoridade e prosperidade

Sobre as linguagens e códigos implícitos de comportamento humano, adequados de forma a complementar ou condicionar interpretações possíveis durante os processos em comunicação, Mattelart (2014; p. 70), em comentário sobre a obra “The Silent Language”, de Edward T. Hall, conclui:

Lançando as bases da proxêmica, destacam-se as múltiplas linguagens e códigos, as do tempo, do espaço, de posse material, dos modos de amizade, de negociações, de acordos. Todas essas linguagens informais encontram-se na origem dos choques culturais, das incompreensões e mal entendidos entre pessoas que compartilham de mesmos códigos e não atribuem, por exemplo, às regras de organização do espaço e administração do tempo a mesma significação simbólica.

O exercício da alteridade em comunicação é percebido com ressalvas inclusive diante de semelhantes em identidade religiosa. Sugerimos discorrer sobre a alteridade em processos

envolvendo comunicação religiosa, onde coexistem interatividade, individualidade e comunidade religiosa.

A comunicação resulta, na sua forma contemporânea, desta tripla revolução: liberdades humanas, modelos democráticos e progressos tecnológicos. Estamos atualmente numa encruzilhada. Duas ideologias ameaçam a comunicação: o individualismo, ou seja, a redução da comunicação à expressão e à interatividade, e o comunitarismo, isto é, a marginalização da questão da alteridade e a possibilidade do encerramento em espaços virtuais. (WOLTON, 2011, p. 24).

Compreendemos a individualidade, no contexto da comunicação religiosa segundo alteridade, sob uma visão weberiana. Temos atenção à contextualização do cotidiano histórico, temporal e geográfico no qual Weber (2001) encontrava-se durante a produção da obra “A ética protestante e o espírito do capitalismo”, entretanto, acreditamos ser oportuno aproximar nossas lentes às raízes protestantes que se desenvolveram em paralelo à concepção do capitalismo.

Desde as origens do movimento protestante propaga-se entre os fiéis uma percepção geral de que os verdadeiramente escolhidos por Deus podem transparecer e inspirar prosperidade financeira, religiosa, social e espiritual.

A teologia da prosperidade tende a se desenvolver adequada ao presenteísmo, devidamente influenciado pelo regime econômico capitalista, onde a graça divina deve ser percebida, e consumida, assim na terra como no céu.

Neste viés capitalista, deduzimos a expectativa de experiências imediatistas, em que o cumprimento do padrão comportamental esperado faz parte da negociação divina pela promessa da vida em abundância.

Seria egoísmo se acreditar escolhido por Deus diante de um mundo de condenados à destruição? Egoísmo tende a ser ponto de vista. Segundo Dawkins (1976), na obra “O Gene egoísta”, a alteridade, em caráter instrumental, pode ser percebida como estímulo individual à própria sobrevivência.

Para uma aproximação de intenção científica foi necessário participar do cotidiano de forma a vislumbrar além da compreensão funcional da comunicação alinhada ao cristianismo inclusivo.

A comunicação tem cotidiano e cotidianidades adequáveis à diversidade de veículos. Segundo Martino (2014, p. 271): “as alterações na tecnologia pela ação humana não se separam de sua cultura, de sua história e das sociedades formadas”. Para promover eficiência na comunicação é preciso se reconhecer no outro.

Em leitura da obra de Dominique Wolton sobre os limites da comunicação na internet, Martino (2014, p. 269) refletiu sobre a alteridade como forma de propiciar a eficiência na comunicação, ante o desafio de compreender as expressões comunicativas do outro, num espaço intersubjetivo de indivíduos disponíveis a, no dado momento, construir relação normativa e funcional.

Observamos as instituições religiosas inclusivas, através de peças institucionais veiculadas em rede social, sob o desafio de propagarem um perfil homogêneo cristão em detrimento a heterogeneidades do que se percebe como sociedade da informação.

De forma paradoxal, propaga-se o interesse pela diversidade de identidades individuais enaltecendo a melhor qualidade de vida dos que seguem o padrão de normas, dogmas e comportamentos em inspiração cristã. Os diferentes tendem a ser iguais em filosofia de vida religiosa.

3.11. Paradoxos da mensagem inclusiva na rede social *Facebook*

Corroboramos com a consideração sugerida por Wolton (2006, p. 91) quanto ao fato do que se tem por sociedade da informação não ser “apenas uma soma de indivíduos livres e multiconectados”.

Faz-se necessário abordar argumentos sobre solidariedade, relações humanas e relações sociais, ainda que consideremos variáveis relacionadas a fatores que transbordam nosso recorte científico para áreas do conhecimento além da Comunicação Social.

Em comunidades virtuais cristãs, lideranças religiosas conclamam em rede social à perseguição do que fere o padrão de normas de conduta. Entretanto faz-se oportuno ressaltar a premissa de que indivíduos com maior acesso à informação institucional religiosa tendem a defender pontos de vista em dissonância. Fiéis podem expressar discordância em rede social.

Retornamos ao paradoxo: ir de encontro à liderança religiosa é pecado? Adequando a intenção da mensagem ao senso comum comunitário, não. Mesmo os mais tradicionais serão capazes de trazer da própria Bíblia passagens adequadas à conscientização quanto à existência de falsos profetas.

A capacidade de reversibilidade, contextualizando o discurso à intenção do senso comum tradicionalista, permite diferentes possibilidades de interpretações bíblicas, sempre adequadas à classificação entre pessoas segundo a dicotomia entre bem e mal.

Sob um viés simplista e hedonista, amplamente propagado pela publicidade e propaganda, o que causa mal-estar vem do mal. O outro, que não é “irmão na fé”, pode ser simplificado à condição de infiel aos princípios cristãos.

Neste contexto, a possível leitura individual de comentários contrários ao que se tem por valores religiosos fundamentais tende a promover conflitos, inclusive entre denominações semelhantes. Novamente, argumentamos: informar não é comunicar.

[...] as "políticas de comunicação" das Igrejas cristãs, não podem ser cooperantes, nos termos pensados pelas diretrizes conciliares lembradas no corpo deste texto, porque suas práticas se fundam em culturas e problemáticas distintas, o que faz com que os "rituais comunicativos" com que agem para criar vínculos com o mundo da fé, se coloquem, portanto, em "regime de disputa". É na esfera destes rituais - e não em doutrinas e/ou recomendações mais amplas- problemáticas, sociologicamente são consideradas institucionais, ou que envolvem perspectivas e/ou identidades de campos sociais, são transformadas em "políticas de sentido". É na esfera dos processos de comunicação, portanto na lógica das mídias, que as instituições religiosas definem seus lugares, constituem suas identidades, e suas relações com seu "outro" - seja outra instituição, o mundo dos fiéis ou candidatos à salvação. (FAUSTO. 2001, Internet)

Avanços tecnológicos na produção de novos suportes à comunicação digital não devem ser lidos como avanços nos processos de comunicação social. O foco na qualidade das relações e interações no cotidiano em rede social deve aproximar as lentes dos receptores individuais da informação em comunidade, ou se correrá o risco de continuar a reconhecer comportamentos e atitudes através de filtros de expectativas previstas e justificáveis segundo a condição propiciada pelo contexto para adequar-se ao senso comum do momento.

É preciso estabelecer a separação entre pensamento racional e sistemismo, tecnologia e funcionamento das relações humanas e sociedades, evitando as seduições e as ilusões da ideologia cientificista e tecnicista. Esta, ainda ontem, baseada na conquista da matéria e da natureza, imaginava poder gerar um novo modelo de sociedade. (WOLTON, 2011, p. 45)

A dificuldade em reconhecer a alteridade como elemento fundamental a interpretações adequadas ao conteúdo cristão conduz à saturação de discursos individuais compartilháveis, mecanicamente, com o intuito de contribuir para uma própria identidade religiosa diferenciada.

Excessos de dicotomias e verdades absolutas podem conduzir a conflitos ideológicos, diante de uma subjetiva humildade comportamental sugerida à prática cristã.

Exemplificamos a hipótese a partir de um silogismo sobre alteridade em teologia da prosperidade: se todos devem ser humildes, mas alguns são abençoados com o conforto material, então o humilde deve perseverar para conquistar a benção material. Neste contexto, a estabilidade financeira é percebida como graça divina.

Percebemos como raciocínio semelhante ao conceito de meritocracia no regime econômico capitalista, e que vem sendo bastante utilizado como argumento em Publicidade e Propaganda de conteúdo religioso neopentecostal.

Propagado como um dos princípios fundamentais à vida cristã, o mandamento bíblico que sugere “amar a teu próximo como a ti mesmo” ³⁴ encontra resistência diante de outros versículos, também desfragmentados e descontextualizados para caber na simplicidade do menor número de caracteres, adequados a dinâmica de leitura em rede social, que sugerem ao cristão não se misturar ou “assentar à mesa dos escarnecedores”.

Na publicidade e propaganda cristã, a complexidade do amor ao próximo pode ser simplificada à condição de amar, condensando variáveis formais e julgamentos em nome do que se deve compreender como característica fundamental à identidade religiosa.

A manutenção da representatividade comunitária pode depender da compreensão de um todo onde não há espaço para diferenças ou destaques individuais maiores que o valor da mensagem cristã. Todavia, mesmo em saturação, a cultura do capital influencia na vida em comunidade religiosa.

Em raciocínio sobre a importância do reconhecimento da alteridade, e em observação da troca de mensagens para compreender uma lógica da comunicação, Maffesoli (2014, pág. 19) sugere a reflexão de que o pensamento individual capitalista está saturado, e que “a substituição da verticalidade pela horizontalidade é denominador comum em todos os fenômenos sociais contemporâneos”.

Mesmo no ciberespaço, onde a proximidade entre envolvidos em comunicação é virtual, a qualidade da comunicação de quem se dispõe a impor preceitos religiosos, segundo intenção à comunicação normativa e funcional, não tem sentido racional.

A aceitação da mensagem religiosa busca independência da alteridade além da vivenciada apenas em comunidade de semelhantes, e de forma a vivenciar o código informal de conduta em senso comum.

³⁴ Trecho destacado do livro bíblico de Levítico (19:18).

As tecnologias da informação podem permitir o acesso ao outro, mas isso não significa, necessariamente, construir relações de comunicação com outras pessoas, grupos e povos. Basta lembrar, por exemplo, a quantidade de textos racistas, homofóbicos e misóginos, com os mais variados teores, espalhados pelas redes. A troca de informações permite ver, mas não compreender, o outro, um processo de comunicação. (MARTINO, 2014, p.269).

Adiante, tornaremos a refletir sobre as hipóteses fundamentais de Palo Alto segundo cotidiano da comunicação entre indivíduos que fazem parte da Igreja da Comunidade Metropolitana em João Pessoa. A igreja tem a rede social *Facebook* como principal meio de propagar o caráter inclusivo capaz de admitir identidades sexuais, em caráter monogâmico, além da heterossexualidade, e consegue promover mídia espontânea integrada a veículos tradicionais de comunicação.

Neste ponto, destacamos uma pergunta norteadora que conduz ao desenvolvimento de mais hipóteses especulativas no decorrer da dissertação: se a pretensão à evangelização em rede social é ineficiente, e ainda assim consegue promover discussões diante do estranhamento quanto à premissa da inclusão de excluídos pela fé, então a comunicação de valores religiosos em rede social seria uma questão de representatividade diante de outras instituições?

Aparentemente, torna-se óbvio sugerir que os algoritmos de proximidade no *Facebook* proporcionarão a visibilidade da questão inclusiva preferencialmente a homossexuais em busca de conteúdo religioso.

Assim como o argumento de que discursos de lideranças religiosas podem ser desconstruídos em publicações virtuais, observamos que a adaptação de conteúdo cristão heteronormativo à assimilação simplificada da inclusão, como o paradoxo da liberdade de identidades sexuais condicionadas ao matrimônio, é aceita apenas por indivíduos condicionados à realidade sugerida.

Religião prospera quando a comunicação ocorre entre uma pessoa e um único público — quando, por exemplo, um pregador fala aos integrantes de sua congregação ou quando um fiel ora diretamente a Deus. Mas a religião retrocede quando a comunicação se destina a diferentes públicos, como se dá nas redes sociais, porque nesse caso uma mesma mensagem é transmitida para diferentes contextos, criando neles distorções, constrangimento e tensão. (LOPES, 2014, Internet).

A educação religiosa deve ter a rede social como veículo de comunicação complementar, e não como principal fonte de propagação da informação. Sem o púlpito

dominical e a presença em comunidade é provável que a pretensão à evangelização seja intenção irrelevante à funcionalidade da comunicação.

3.12. Evangelização em rede social

A possível ineficiência na comunicação religiosa, como intenção à evangelização em rede social, não deve ser observada apenas segundo dificuldade de assimilar a alteridade plena.

A contemporaneidade no ciberespaço, compreendida sobre uma imersão dialética de informações assimiláveis, em diferentes níveis e contextos pessoais em tempo próximo ao real, racionaliza o tempo de interpretação em grupo de conteúdos em experiências informais de dedução e indução para produção e reprodução de novos argumentos.

Confirmamos a noção de imediatismos no contexto virtual através do que Sodré (2014, p.76) argumenta como experiência espaço-temporal onde “o tempo se encurta, e o espaço se encolhe”. A perspectiva de acontecimentos “sempre à frente da possibilidade de que sejam interpretados pelo indivíduo” corrobora com a premissa de interpretações superficiais de conteúdo em rede social.

O ato individual de compartilhar mensagens virtuais com a intenção de evangelizar, e simbolicamente reforçar os votos religiosos declarando posicionamento na rede social, é visto como padrão aceito pelo grupo. Em linhas gerais, tende a fazer parte do comportamento esperado de cristãos em rede social, ainda que não seja compartilhado por todos.

Compartilhar conteúdo pode, então, ser interpretado segundo a necessidade de pertencimento à comunidade em representação.

Todavia, é importante destacar: informar não é comunicar. O diálogo em evangelização, necessário à comunicação segundo processo de trocas, é aceito apenas quando os envolvidos concordam com argumentos em comum.

A transmissão de informações dá lugar a negociações em ambientes, inclusive virtuais, entre indivíduos cada vez mais bem informados, e disponíveis a apresentar perspectivas individuais, que podem, inclusive, estar limitadas à exposição unilateral de ideias em confronto.

A informação é sempre um segmento, e somente a comunicação, com suas prodigiosas ambiguidades, lhe faz emergir um sentido. Depois, não é suficiente que os homens troquem muitas informações para que se

compreendam melhor. São os planos culturais e sociais de interpretação das informações que contam não o volume ou a diversidade dessas informações. O tempo ganho no acesso à informação pode ser novamente perdido na dificuldade de interpretar essa informação. (WOLTON, 2008, pgs. 149-150)

O senso comum do que é ou não aceitável, a partir de interpretações fundamentais ao cristianismo, leva em consideração a manutenção de tradições.

Admite-se que o conteúdo tradicional religioso, que vem sendo reproduzido desde o princípio da midiatização evangélica protestante norte-americana na década de 1970, segue propostas comuns em diferentes veículos de comunicação. Sobre a realidade da interatividade disponível em rede social, um fato: há interação apenas entre disponíveis a avizinhar-se em conteúdo cristão.

A comunicação como intenção ao processo de evangelização nos remeteu a reflexões sobre modismo e imitação apresentadas por Barbero (2008). Compreendemos o desígnio como uma reprodução virtual do comportamento em grupo adaptado, contemporaneamente, à cibercultura.

A adaptação à comunicação de valores segundo a cibercultura está sujeita à compreensão de limites, limitações, códigos, e atenção às tendências no ciberespaço. Entretanto, ainda se percebe a reprodução digital de material impresso agora compartilhável em rede social. Chamamos a atenção para o pressuposto de que digitalizar um panfleto impresso para disponibilizá-lo em ambiente virtual descaracteriza o potencial da comunicação na cibercultura.

De forma geral, argumenta-se que grupos sociais têm por definição o compartilhamento de opiniões semelhantes, muitas vezes expressas de forma a fortalecer laços entre os integrantes.

A sintonia entre os discursos individuais não é naturalmente alinhada, e pode haver dissonâncias argumentativas entre opiniões divergentes não explícitas em prol da manutenção de uma identidade tribal. Não se interpreta o conteúdo religioso afim, mas se aceita e compartilha para retransmitir a mensagem.

Diante da diversidade de suportes de comunicação, a qualidade da interpretação argumentativa é afetada pelo volume de informações numa realidade de compartilhamento de conteúdo em rede social.

No contexto de saturação, a capacidade de interpretação passa a estar diretamente relacionada ao discurso de lideranças e personalidades religiosas por considerá-las aptas a

decidirem pelo melhor segundo vida em prosperidade. Quando se tem dúvida, recorre-se à liderança religiosa por considerá-la especialista no assunto.

De forma gradativa, percebe-se que as religiões cristãs no Ocidente experimentam um presenteísmo simplificado, e também sujeito a adaptações aos fiéis, enaltecendo o hoje para sobreviver ao amanhã.

A educação à noção quanto à salvação individual persiste, mas a vida em comunidade religiosa sugere atenção ao esforço coletivo, seja no cibercotidiano ou no cotidiano *off-line*, para representatividade e sobrevivência de ideais compartilhados em grupo.

A participação de igrejas, comunidades religiosas, e grupos de estudo religiosos em redes sociais propicia a propagação de publicações virtuais que buscam assemelhar-se a pregações e testemunhos adaptados em mensagens curtas de parágrafo único, ou em atenção ao menor número de caracteres possível. Observamos de forma recorrente o uso da função conativa no esforço para convencimento à participação comunitária para expansão religiosa, e salvação de todos.

Os custos administrativos das instituições religiosas sugerem atenção à propagação do posicionamento diferenciado das outras igrejas através de veículos de comunicação. Para tanto, torna-se essencial acompanhar as tendências no consumo de informações por parte de seguidores religiosos e não convertidos cada vez mais conectados à internet.

A percepção quanto à necessidade de se comunicar a mensagem no ciberespaço em tempo habilíssimo alinha-se à dinâmica sugerida em rede social. Em reflexões sobre o presenteísmo sugerido por Maffesoli (2012, p.39) compreendemos o compartilhar de conteúdo religioso como bate-papos infinitos “por meio de mensagens cuja brevidade condensa o essencial: a partilha de emoções comuns”.

A experiência em religiosidade, ainda que individual, é o ponto de partida para diálogos e compartilhamento de conteúdo religioso.

Adequando-se o argumento à visão weberiana de Zizek (2014), onde o protestantismo desenvolveu-se segundo uma dialética entre o mercado consumidor de tecnologia e a propagação do conteúdo, deduz-se uma conformidade ao mandamento religioso de pregar a mensagem cristã para sobrevivência da tradição.

Compartilhar em rede social tem na pregação contemporânea valor semelhante ao de entregar panfletos cristãos a transeuntes. Percebe-se interação entre cristãos, e a possibilidade de descarte do material entre não convertidos à filosofia de vida.

3.13. Reflexões sobre religião na era das redes sociais

A religião, como doutrina de dedicação à instrução de próprios valores éticos, enfrenta o desafio da possível desconstrução em rede social, sem a perda da essência, para acompanhar o desenvolvimento de seguidores avessos ao que for mandamento sem reflexão.

Como ressaltaram Hellern, Notaker, Gaarder (2001), “as sociedades onde coexistem várias religiões e vários pontos de vista consideram mais difícil vincular a ética exclusivamente à religião”.

A influência das redes sociais na Internet, como veículos complementares a planos de evangelização e comunicação religiosa, possui hoje mais perguntas que respostas. Assimila-se o processo de midiatização das igrejas como forma de sobrevivência diante tanto quanto da diversidade de religiões, agnosticismos e ateísmos.

No retorno às tribos globalizadas, compreendido em sentido de coletivos de indivíduos disponíveis a se reconhecerem como unidade de interesses homogêneos, percebe-se o encapsulamento em bolhas ideológicas. A busca por não reconhecer a desconstrução de paradigmas religiosos tende a fragilizar inflexibilidades ante a fluidez do compartilhamento de informações na Internet.

Durante a etapa de fundamentação da pesquisa, averiguamos a evidência de hipóteses relacionáveis diretamente às bolhas ideológicas religiosas. Reconhecemos o momento como propício a reflexões diante da intenção à possibilidade de padronização cristã, e factual, de comportamentos.

[...] as religiões seculares do século XIX (marxismos ou socialismos) mantiveram uma estrutura idêntica: é no amanhã que poderemos gozar a vida sem ser alienados pelas imposições político-econômicas. A focalização no vivido quotidiano testemunha, no inconsciente coletivo, uma verdadeira inversão de polaridade. Não se trata mais, no âmbito de uma economia da salvação, de alcançar uma salvação individual (o que é, lembro bem, a essência das religiões semitas: a soteriologia, a salvação no futuro), mas, ao contrário, de partilhar, com os outros, os bens desta terra. (MAFESOLLI, 2012, p.26).

A educação cristã, a partir da conexão entre semelhantes em concordância com o conteúdo religioso consumido, pode consolidar, dentro e fora das redes sociais virtuais, a atenção às normas, valores e padrões comportamentais adotados pela comunidade.

3.14. Laços fortes e laços fracos no evangelismo brasileiro em rede social

O padrão de comunicação funcional aplicado por grande parte das lideranças pentecostais e neopentecostais no Brasil é influenciado pelo processo de midiatização de igrejas norte-americanas em décadas anteriores à popularização da Internet.

Pautado na transmissão de conteúdo informativo, é modelo em saturação e tem encontrado resistência por parte de indivíduos cada vez mais conectados à interatividade proporcionada na era da informação compartilhada em redes sociais.

Em pesquisas sobre estratégias de comunicação aplicadas ao Marketing Religioso, Refkalefsky (2006), na avaliação da Comunicação e Posicionamento da Igreja Universal do Reino de Deus, sugere que grande parte das instituições religiosas brasileiras declara fazer uso da publicidade e propaganda de forma intuitiva.

Entretanto, é perceptível a profissionalização de processos envolvendo comunicação, assessoria de imprensa e expansão territorial através da concepção de veículos próprios de comunicação em massa.

A próxima etapa no desenvolvimento de estratégias de comunicação envolve navegar em rede social resistindo à interatividade que tende a desconstruir discursos unilaterais.

O modelo tradicional de comunicação aplicado pelas instituições religiosas ainda se adequa ao raciocínio da teoria da “agulha hipodérmica”. Percebe-se como natural o investimento em comunicação de massa consoante à expectativa de alcançar o público pretendido.

Em conformidade ao argumento anterior, quando utilizamos as hipóteses fundamentais da Escola de Palo Alto para sugerir uma perspectiva sobre a comunicação religiosa, ressaltamos, mais uma vez, que o processo tem sido reduzido à transmissão de conteúdo.

O discurso proposto através dos tradicionais veículos de comunicação em massa tende a ser unilateral, e está em dissonância ao crescimento de suportes de comunicação entre religiosos atentos aos benefícios da tecnologia no cotidiano.

Segundo Lopes (2014), a qualidade da interpretação argumentativa é afetada diante de um suporte de comunicação virtual onde o *feedback* interpretativo presencial é limitado. A tecnologia como intermediária sugere processos cognitivos alternativos da interpretação da informação ao conhecimento.

A midiatização religiosa na Internet, como esforço complementar ao processo de educação religiosa para manutenção de tradições, apresenta lacunas desmerecidas pelo fascínio diante do que se percebe como revolução na comunicação humana.

Faz-se necessário declarar que a comunicação, como processo capaz de externar identidades, condicionáveis a diferentes contextos no cotidiano e agentes envolvidos, não é

algo novo, mas a dinâmica na transmissão de dados e informação via internet influenciou na forma de se propagar a experiência religiosa.

Percebe-se que o conteúdo religioso é produzido e consumido pelo público condicionado a entender que todo esforço em propagar os valores cristãos deve ser aceito e promovido em comunidade.

Todavia, nem informar é comunicar, nem fazer uso intuitivo das redes sociais é recurso estratégico para evangelização de públicos não cristãos. A internet como mídia publicitária ainda está longe de ser descoberta por completo.

No momento em que este estudo foi produzido, a possível fragilidade de relações virtuais questiona a representação social de comunidades religiosas segundo expressão em número de integrantes em rede social. Quantidade de público não representa compromisso comunitário.

Em análise a Teoria dos laços fortes e laços fracos de Mark Granovetter, Watts (2009, p. 28) sugere que é necessário compreender a estrutura do grupo segundo hierarquia em grau de importância social para entender a relevância individual, a influência sobre os demais, e o que determina o acesso a diferentes graus de informação.

O argumento corrobora com a premissa de que, gradativamente, a sociedade da informação tem se percebido horizontalizada segundo a premissa de que os indivíduos conectados em rede social encontram-se, virtualmente, num mesmo suporte plano de comunicação.

Tem-se de reconhecer a relevância no comportamento e discursos apresentados pelas lideranças religiosas, mas há também lideranças imperceptíveis inseridas em contextos onde ações, mesmo em âmbito virtual, surtem efeitos alinhados à proposta de conversão religiosa.

A praticidade promovida pela tecnologia no desenvolvimento dos veículos interativos de comunicação não garante aos líderes religiosos o acompanhamento em tempo real do cotidiano em rede social de todos os usuários que se declaram fiéis à religião, sendo, por isso, sugerido aos demais que integram a comunidade aconselhem-se uns aos outros tomando como parâmetro interpretações religiosas de ensinamentos bíblicos.

Eis, então, um novo paradoxo: em rede social, as lideranças religiosas podem incentivar a liberdade na produção e o compartilhamento de conteúdo religioso contanto que o argumento não questione a verticalização hierárquica.

3.15. Educação religiosa em rede social

Nesta abordagem, compartilhamos uma nova hipótese especulativa: a transmissão de conteúdo institucional religioso tem valor complementar às interações em comentários entre indivíduos disponíveis em rede social.

Semelhante ao princípio atual de aversão à publicidade tradicional, onde conselhos individuais têm maior atenção que a propaganda institucional, percebemos que a resistência a horizontalizar-se pode enfraquecer laços sociais de vida em comunidade, e, conseqüentemente, promover maior facilidade no desligamento e busca de novas opções de comunidade religiosa.

Os movimentos migratórios podem ser compreendidos a partir da dinâmica de flexibilidade e liquidez de complexidade de laços sociais presentes na sociedade da informação. Conforme verificamos na pesquisa sobre dispersão de público, no subtítulo 2.5.1, não se tem fidelidade às marcas institucionais, e sim às experiências individuais compartilhadas em comunidade.

Posto que estudamos sobre a cultura das conexões possíveis entre fiéis da ICM, participando do cotidiano, foi possível perceber que as hipóteses da Escola de Palo Alto, em que a comunicação deve ser percebida ao combinar-se a diferentes perspectivas das ciências humanas e sociais, são adequadas à observação da comunicação e educação unilateral de conteúdo religioso.

O desenvolvimento tecnológico que hoje vemos ser aplicado às atividades educacionais em diferentes partes do mundo não é proveniente de uma única área, e sim, envolve uma diversidade de disciplinas e profissionais de variadas formações, que são envolvidos pelo esforço comum de estabelecer programas de múltiplas interfaces. (NICOLAU, 2013, Internet).

A experiência individual religiosa é fator imprescindível a processos que culminem em conhecimento. Quando não há identificação com o argumento religioso apresentado, é esperado pouco envolvimento e menores chances de retransmissão de conteúdo a contatos em rede.

Distante de um ideal onde a liderança religiosa e os fiéis estão em sintonia, a comunicação em interatividade termina por sugerir a possibilidade de diferentes leituras contextuais em comparação a diferentes perspectivas que podem escapar à intenção da mensagem à propagação de um padrão cristão.

3.16. Identidade virtual evangelizadora exclusiva a evangelizados

Dentre a diversidade de instituições protestantes no Brasil, estudamos o perfil evangélico neopentecostal por entender que é o mais adequado ao posicionamento do objeto de pesquisa, e buscamos nos aproximar da compreensão da identidade virtual do grupo alinhada ao discurso da liderança religiosa.

Entretanto, por também entendermos que conceitos definitivos não cabem na construção de uma identidade evangélica radicalmente inclusiva, pesquisamos o histórico do surgimento do pentecostalismo no Brasil sob-reflexões em comunicação e expressão.

Há certo consenso na classificação dos pentecostais em três ondas, sendo a primeira onda a das igrejas surgidas dos missionários chegados ao Brasil no início do século XX, a segunda onda, a partir dos anos 50, composta pelas igrejas com ênfase na cura divina, e a terceira onda, composta pelas igrejas neopentecostais, surgidas na década de 70 do século passado. (SILVA, 2014, p. 15)

A concepção da cultura da conexão, proposta por Jenkins (2014) como reflexão adequada à percepção da cultura da convergência midiática, e envolvendo desde veículos de massa às mídias digitais, propõe pensar o compartilhamento de conteúdo em reflexões não lineares sobre divisões tênues entre produção, recepção, interpretação, reprodução e reconstrução da mensagem.

Martino (2014, pág. 36), em leitura sobre a obra *Cultura da Convergência*, de Jenkins (2012), sugere a importância de aprender que “a convergência não significa que um meio novo destrua ou invalide um meio antigo, mas entende que ambos se modificam mutuamente em uma interseção da qual emergem novos significados”.

Porém, destacamos que as crenças justificadas em consonância a própria crença encontram cada vez mais resistência na era do conhecimento compartilhável em tempo próximo ao real.

Mesmo a Bíblia tende a ser questionada e exposta segundo fundamentação científica disponível na internet. Sites como Bíblia do Cético³⁵, a exemplo do popular *The Hole Bible*³⁶,

³⁵ Disponível em: <http://bibliadocetico.net/contradicoes.html> Acessado em 10/07/2015

³⁶ Disponível em: <http://bibviz.com/> Acessado em 10/07/2015.

são referências de engajamento em prol de desconstruções de noções bíblicas essenciais a educação cristã como o criacionismo.

Verifica-se que a interpretação da mensagem em comunicação pode sofrer reconfigurações no formato do consumo de conteúdo, sendo interessante a quem produz as mensagens religiosas construir argumentos nunca distantes de dogmas, normas e valores tradicionais.

Consideramos, naturalmente, possível o argumento sob diferentes níveis de interpretação, condicionados a diferentes variáveis individuais, e justificamos nosso estudo sob uma observação pautada nos processos que envolvem a comunicação estabelecida em grupo através da rede social *Facebook*.

Desde a etapa de fundamentação da pesquisa reconhecemos a dificuldade em estabelecer parâmetros científicos eficientes na capacidade de medir, individualmente, o grau de aceitabilidade do conteúdo compartilhável.

Tendo reconhecido o cronograma de produção para o presente estudo, optamos por observar o grupo durante a travessia para o desenvolvimento de uma própria identidade inclusiva. Todavia, corroboramos com a necessidade de atenção redobrada diante de reflexões gerais de variáveis complexas.

Em atenção ao recorte segundo metodologia adotada, fez-se necessária a produção de relatórios de acompanhamento nivelados para entender um processo dialético contínuo, variável, e fluído. Organizamo-nos de forma a ter em foco o cotidiano em comunicação de neopentecostais, paraibanos, homossexuais, e fiéis à ICM João Pessoa.

O produto da pesquisa fundamenta a hipótese de que as instituições religiosas têm a comunicação institucional não apenas de forma a evangelizar, mas também para publicar e propagar a sua existência na intenção de alcançar públicos afins.

Contudo, refletimos diante da fragilidade de instituições inflexíveis à desconstrução de paradigmas seculares num momento da história da comunicação onde o conteúdo é compartilhado em ambiente virtual acessível através da internet.

A propagação deste conteúdo segundo expressão de identidades ocorre num mesmo ciberespaço em que também se promove interpretação, reinterpretação, produção e reprodução de argumentos sujeitos à desconstrução.

Em “Cultura da Conexão”, Jenkins (2014) reafirma que a credibilidade da mensagem compartilhada deve ser relacionada à aceitação de assuntos associáveis à identidade individual de quem as interpreta.

Em síntese, mesmo diante de uma realidade de conceitos reinterpretáveis segundo o cotidiano, rupturas abruptas com valores seculares podem não ser percebidas como atualizações por parte de públicos tradicionais.

A sobrevivência de normas e dogmas religiosos depende, então, de contextualizações alinhadas ao cotidiano ante a percepção gradativa de contextualizações comportamentais para ampliar o número de fiéis.

Neste contexto, considera-se a compreensão de que as igrejas evangélicas contemporâneas têm se adequado às cotidianidades digitais para adiar o risco de extinção de dogmas. A diversidade de públicos, incluindo os outrora marginalizados pela interpretação literalista, tende a ser percebida como oportunidade de público-alvo em mercado pouco explorado.

Em linhas gerais, os estereótipos da teologia da prosperidade têm fundamento na identidade propagada em rede social. Para os fundamentalistas neopentecostais, a vida segundo a promessa aos fiéis religiosos é de prosperidade como benção divina antes mesmo da vida eterna no plano espiritual.

Sobre o cotidiano que incorpora as cibercotidianidades, Martino (2014), em ensaio sobre “A metafísica da realidade virtual” de Michael Heim (1993), argumentou que o relacionamento com a realidade e com outros seres humanos tende a adaptar-se à lógica das mídias digitais.

A dinâmica da internet, em detrimento à capacidade de interpretação, conduz a corroborar com constatação de Bauman (2012) sobre a fragilidade das relações na era do “amor líquido”. Vive-se o momento do que Heim (1993) afirmou como “erosão da capacidade de dar significado”.

O desenvolvimento dessa incapacidade conjuga espaço junto ao presenteísmo de Maffesoli (2012), ao fetichismo da velocidade da informação de Moretzsohn (2000)³⁷, e ao favorecimento de identidades virtuais em relações entre semelhantes sugeridas por Jenkins (2014).

O conteúdo religioso compartilhável em rede virtual de forma dinâmica, e disponível em diversidade de níveis de relevância e atenção por parte do público, deve, naturalmente, variar em intensidade de interpretação e aceitação individual.

³⁷MORETZSOHN, Sylvia. A velocidade como fetiche – o discurso jornalístico na era do "tempo real". Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-velocidade-jornalismo-3.html> Acessado em 17/05/2015.

Entretanto, ressaltamos o interesse em também contemplar a comunicação condicionada a experiências espirituais compartilháveis como ato comum de pertencimento ao grupo social.

Nunca existe comunicação por si, ela está sempre ligada a um modelo cultural, ou seja, a uma representação do outro, uma vez que comunicar consiste em difundir mas, também, em interagir com um indivíduo ou uma colectividade. O acto banal de comunicação condensa, na realidade, a História de uma cultura ou de uma sociedade. Nessa perspectiva, a originalidade do modelo ocidental, através das suas raízes judaico-cristãs e, depois, da emergência dos valores modernos do indivíduo livre, consiste em ter impulsionado claramente o ideal de emancipação individual e colectiva. Comunicar implica, por um lado, a adesão aos valores fundamentais da liberdade e da igualdade dos indivíduos e, por outro lado, a procura de uma ordem política democrática. (WOLTON, 1999, p. 15).

Argumentamos que a identidade religiosa assumida tende a ser desenvolvida através de parâmetros comportamentais para proteger os dogmas durante o processo de comunicação. Em consequência à hipótese declarada, há paradoxo onde o livre arbítrio atende à ressalva de sempre aceitar a opinião da comunidade como expressão da vontade de Deus ao bem-estar comum.

A aceitabilidade mecânica da intenção de comunicar a representação social evangélica torna-se obrigatória, e superior a reflexões de incentivo ao senso crítico individual, por estar sujeita à educação religiosa de reproduzir o discurso em atenção a mandamentos religiosos cristãos³⁸, onde os que não multiplicam a mensagem não devem ser reconhecidos como fiéis ao deus cristão.

Transmitir o conteúdo adiante, inspirado numa leitura contemporânea dos evangelizadores clássicos, sem necessariamente refletir, questionar, ou pesquisar sobre a veracidade da fonte de informação é questão de fé na pretensão evangelística e alívio segundo o compromisso social religioso de estar adequado ao senso comum da identidade evangélica.

A pretensão ao evangelismo virtual em rede social tem obstáculos maiores que a diversidade religiosa disposta numa mesma plataforma de comunicação.

Destacamos que o uso frequente de algoritmos para filtragem, em seleção e distribuição de conteúdo considerado relevante a perfis individuais semelhantes, faz com que

³⁸Segue argumento bíblico, disponível em 2 Tessalonicenses 3:1-3, à propagação da mensagem: cristã. “Finalmente, irmãos, ORAI POR NÓS, para que a palavra do Senhor se propague e seja glorificada, como também o é entre vós, e para que sejamos livres de homens perversos e maus; porque a fé não é de todos. Mas fiel é o Senhor, o qual vos confirmará e guardará do Maligno.”

apenas os argumentos relacionados ao interesse do usuário estejam disponíveis. Reafirmamos, então, que a evangelização em rede social limita-se a evangelizados.

3.17. A teologia inclusiva segundo a ICM João Pessoa nas redes sociais

A ciência e a religião têm em comum a busca pela propagação de um sentido da vida que responda a dúvidas universais.

Destaca-se no contexto estudado a importância da comunicação em conformidade ao argumento de Mattelart (2001; p. 189) ao afirmar que se deve percebê-la como “um parâmetro por excelência da evolução da humanidade, num momento histórico em que ela busca desesperadamente um sentido para o seu futuro”.

Em linhas gerais, entendemos por teologia inclusiva como iniciativa de uma minoria inserida no grupo LGBTTT de propagação de uma interpretação contextual bíblica, em que se promove a inclusão cristã de categorias de público tradicionalmente estigmatizadas e marginalizadas tradicionalmente. Todos devem ser aceitos pela comunidade religiosa em atenção a diversidade humana.

Como argumento que dá base à apresentação da proposta, os defensores desta teologia, que inclusive incentiva o casamento entre pessoas do mesmo sexo, defendem a contextualização interpretativa dos textos religiosos trazendo à tona a reflexão de que, por muito tempo, negros e mulheres já foram privados de tratamento igualitário nas igrejas por interpretações bíblicas fundamentalistas que embasavam a exclusão.

Seja a discriminação motivada pelo preconceito, obediência a dogmas, ou alimentada pelo receio de questionar paradigmas bíblicos, lidos em sentido literal pela teologia oficial, constata-se o fato de que nas redes sociais a grande parte dos “cristãos tradicionais”, praticantes ou não, se unem para reconhecer os “cristãos inclusivos” como “falsos profetas” supostamente previstos no livro sagrado cristão.

Conforme reportado no capítulo que se refere à metodologia da pesquisa, o fórum da ICM João Pessoa no *Facebook* tornou-se exclusivo a convidados de forma a coibir a ação de indivíduos disponíveis a deixar comentários de ódio à teologia inclusiva. A hipótese tende também a adequar-se como justificativa ao receio, também descoberto em pesquisa, de se assumir como “gay cristão” em rede social.

Eis então novos questionamentos chave à compreensão da teologia inclusiva: se a religião cristã tem como dogma fundamental a proposta de comunicar-se com todos os

públicos sem fazer acepção, o que justifica, então, a segmentação de públicos numa mesma comunhão religiosa?

A capacidade interativa no cotidiano religioso serve de inspiração como força motriz à produção e ao consumo de argumentos em texto, imagem, vídeo e música relacionados à intenção de educação contínua a dogmas e valores aceitos em comunidade.

Neste contexto de cultura das conexões, surge a comunidade evangélica inclusiva na Grande João Pessoa, com claro posicionamento ao acolhimento ao público LGBTTTT. A comunidade em questão é a Igreja da Comunidade Metropolitana.

Segundo dados publicados no site da filial brasileira da ICM, a igreja fundada pelo reverendo Troy Perry, em 1968, nos EUA, está presente em mais 30 países.

No Brasil, a ICM têm filiais em 13 cidades relacionadas à FUICM - Fraternidade Universal das Igrejas da Comunidade Metropolitana, e agrupadas na região 6 que abrange a América Latina e Sul dos Estados Unidos.

O número ainda restrito de fiéis, todos com perfis em redes sociais, e a inexistência de apoio por parte das demais comunidades e igrejas evangélicas em geral, conduziu os primeiros líderes comunitários a compreender a internet como ferramenta de divulgação de sua profissão de fé em prol do bem-estar espiritual sem acepção de pessoas.

De forma intuitiva, acreditava-se que as rede sociais funcionariam em eficiência na propagação de informações sem custos fixos de impressão. Outro argumento se deu segundo o relativo anonimato dos que buscam conteúdo inclusivo sem levantar suspeitas, socialmente, de sua inclinação sexual.

Evidenciamos um ponto em comum no compartilhamento de conteúdos produzidos e publicados por membros da comunidade no fórum, que abriga não só fiéis regulares como também convidados: o material institucional sempre incentiva a participação presencial nos cultos dominicais.



A imagem 18 foi publicada no fórum em 4 de janeiro de 2015. Sobre a produção do conteúdo e o monitoramento das interações, informamos que estão a cargo das lideranças religiosas locais, que inclusive comportam-se como administradores tanto do fórum e perfil virtual das igrejas quanto dos bate-papos no aplicativo social *whatsapp*.

Adiante, comentaremos sobre o uso constante de imagens disponíveis, gratuitamente, na internet para reforçar ideias tradicionais do paraíso.

Enfatizamos que é perceptível a preocupação por parte da liderança religiosa em estender a experiência à educação intuitiva segundo teologia inclusiva.

Percebemos tanto o interesse em conhecer o presente estudo de forma a melhorar a comunicação interna, como também por reconhecer a si mesma como instituição religiosa que ainda tem muito a aprender sobre cristianismo. Intuitivamente, assimilam que o trabalho de evangelização inclusiva está relacionado à maturidade religiosa da comunidade cristã.

Conforme a pesquisa sobre dispersão de público, grande parte dos frequentadores assíduos ainda não se sente segura em sanar dúvidas sobre a teologia inclusiva. As redes sociais tenderiam, então, a ser utilizadas como comunicação comunitária emparelhada ao compromisso de compartilhar estudos sobre o cristianismo inclusivo.

Como veículo interativo de comunicação digital, a internet tem sido fundamental no disseminar de mensagens para interpretações capazes de reverberar-se entre laços fortes e laços fracos em diferentes graus de afinidade.

Todavia, enquanto busca desenvolver uma identidade própria diante de novas comunidades inclusivas, a ICM João Pessoa procura também se aperfeiçoar em estratégias de comunicação nas redes sociais.

4. Reflexões para as próximas jornadas: andar com fé

Dentre as palavras-chave que categorizam o presente estudo, destaca-se a que norteou a travessia: alteridade. Reconhecemos a subjetividade, e também a forma como é compreendida em contextos onde a solidariedade está condicionada ao grupo.

Entretanto, nos permitimos falar em terceira pessoa como quem percebe um cotidiano que transcende conceitos definitivos. Em nossas hipóteses-especulativas buscamos humanidade de nós mesmos sem a pretensão de desatar nós.

Desde o processo de mediatização religiosa brasileiro, que segue inspiração norte-americana sob investimento em marketing para propagar valores cristãos, líderes religiosos de posicionamento fundamentalista cristão afirmam que o apoio à minoria, que, indiretamente, propõe novas reflexões sobre as limitações de gênero, é ofensa grave à tradição de interpretações bíblicas literais.

Lideranças compreendidas como fundamentalistas religiosas argumentam que o movimento LGBTTT tem tentado obrigar a sociedade a aceitar a prática homossexual em lugares públicos.

Recorrem à própria Bíblia para justificar a discordância ao mandamento bíblico, e à Constituição brasileira para garantir o direito de expressão à prática dos dogmas religiosos mesmo na condição de enfrentar paradigmas sociais.

Em contrapartida, lideranças políticas, personalidades e simpatizantes às causas relacionadas ao movimento LGBTTT defendem, também sob interpretação da Constituição, que é preciso assegurar os direitos à minoria para combate ao preconceito oriundo da discordância de padrão *heteronormativo* na reflexão sobre paradigmas religiosos.

Tentativas de diálogo entre lideranças religiosas tradicionais e inclusivas, conduzidas segundo a intenção de incluir categorias de público estigmatizadas e marginalizadas socialmente, podem se tratar de caminho à alteridade.

A comunicação, diante de bolhas ideológicas que têm a pretensão de voar longe do que não for semelhante, está condicionada ao perfil funcional que propicia liberdade, inconsequente, de expressão individual.

Em conformidade às hipóteses do estudo, percebemos que não se compreende a diversidade também na diversidade. Admite-se comunicação entre semelhantes, mesmo quando se percebe uma multidão em dessemelhança com o padrão esperado.

O estudo teve a internet como cenário de interação cotidiana, através de canais de comunicação estabelecidos entre homossexuais cristãos em João Pessoa, em fóruns virtuais

exclusivos voltados à propagação do evangelho inclusivo nas redes de compartilhamento social *Facebook*.

Concluimos, com a ressalva de quem narra um passado imediato, que a evangelização inclusiva em rede social é questionável desde as condições dos algoritmos de proximidade a fragilidade de discursos religiosos na era do conhecimento compartilhado em rede social.

Sugerimos atenção ao fato de que o uso da internet como mídia publicitária evangélica tem sua potencialidade reduzida à adaptação de material impresso a conteúdo digitalizado para compartilhamento social. Argumentamos a hipótese sugerindo que a capacidade interativa diante dos discursos está condicionada a aceitar ou não aceitar o argumento inclusivo.

A contribuição do suporte de comunicação para desconstrução de paradigmas tradicionais, que marginalizam o público LGBTTT por não corresponder à expectativa comportamental *heteronormativa*, é limitada à disponibilidade segundo compreensão da teologia inclusiva.

Sobre a rede social, através do fórum exclusivo a convidados, percebemos que vem sendo utilizada para fundamentar argumentos ideológicos entre semelhantes. Aceita-se a teologia inclusiva sob a premissa geral de que Deus não faz acepção de pessoas.

Em linhas gerais, propagam-se reflexões de conforto espiritual a quem se sente sozinho, mesmo conectado a rede social, e à margem da sociedade. Solidões em grupo numa modernidade líquida e apressada em categorizar a si mesma em tempo hábil.

O sexo funcionalizado para a proposta sagrada da procriação, e que corrobora com uma educação à manutenção do que Foucault (1976) cita como regime vitoriano, tem sido reconstruído e desconstruído em questionamentos e reflexões compartilhadas, interpretadas e reproduzidas em opiniões disponíveis através da internet.

Ainda assim, terá sua compreensão limitada à tradição onde o sexo, mesmo sendo assunto popular, é tabu.

Compreendemos, sob um olhar crítico científico, que a devoção individual pela crença religiosa em desenvolvimento é também uma oportunidade quanto ao entendimento de limitações na propagação da mensagem, e potencialidades da Internet como veículo de informação na propagação de novos paradigmas de um admirável, diversificado e enigmático, velho mundo novo.

Mesmo levando-se em consideração a Declaração dos Direitos Humanos, em 1948, percebe-se que grupos minoritários, inclusive no cotidiano brasileiro, são observados à distância, como uma existência reservada a peças publicitárias sobre diversidade.

Enquanto a democracia for simplificada à condição de ser a vontade da maioria, haverá necessidade de luta por parte de minorias atentas à representatividade como forma de sobrevivência.

5. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ARAÚJO, Ângela de Aguiar. O que se des-cobre na internet? Publicidade, corpo homossexual e casamento... Entremeios: revista dos estudos do discurso. Vol. 7, julho/2013. Disponível em: <http://migre.me/qYXjg> . Acessado em: 13/10/2014.

ATKIN, Douglas. O culto às marcas: quando os clientes se tornam verdadeiros adeptos. Trad. Sandra L. Couto. São Paulo, SP: Cultrix, 2007.

BERGSTRÖM, Bo. Fundamentos da Comunicação Visual. Trad. Rogério Bettoni. São Paulo, SP: Edições Rosari, 2009.

BIMBI, Bruno. Casamento Igualitário: a história secreta da lei que mudou a vida dos casais homossexuais na Argentina e levou o Papa Francisco a declarar uma guerra santa contra opinião pública e o governo. Rio de Janeiro, RJ: Editora Garamond, 2013.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet*: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2003.

CÉSAR, Marília de Camargo. É possível ser gay e cristão? São Paulo, *Época*, 2013. Disponível em: < <http://migre.me/gpwz3> >. Acesso em: 10 de outubro de 2013.

CÉSAR, Marília de Camargo. *Entre a cruz e o arco íris*: A complexa relação dos cristãos com a homoafetividade. 1. d. São Paulo, SP: Editora Gutenberg, 2013.

EHRMAN, Bart D. O problema com Deus: as respostas que a Bíblia não dá ao sofrimento. Trad. Alexandre Martins. Rio de Janeiro, RJ: Editora Agir, 2008.

EHRMAN, Bart D. Como Jesus se tornou Deus. Trad. Lúcia Brito. Rio de Janeiro, RJ: Editora Leya, 2014.

FARBIARZ, Alexandre. Relações discursivas em educação mediadas pelas novas tecnologias digitais da informação. In: Cabral, Adilson(org) e outros. Pesquisas em mídia e cotidiano. Niterói, RJ: Riobooks, 2014.

FAUSTO, Antônio Neto. Processos midiáticos e construção das novas religiosidades - dimensões discursivas. Internet, 2001. Disponível em: < <http://migre.me/sFZWT> >. Acessado em 23 de dezembro de 2015.

FOUCAULT, M. História da Sexualidade I: a vontade de saber. Trad. M.T. C. Albuquerque e J. A G. Albuquerque. Rio de Janeiro, RJ: Editora Graal, 1977.

GUNJEVIC E ZIZEK, Boris e Slavoj. O sofrimento de Deus. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2015.

HEGEL, Georg W. F. Fenomenologia do espírito. 2. ed. rev. Petrópolis/Bragança Paulista: Vozes/USF, 2003, v. Único.

ICM. Site institucional da Igreja da Comunidade Metropolitana no Brasil. Internet. Disponível em: <http://www.icmbrasil.com/nacional/index.php> Acessado em: 23/12/2015.

JACOB, HEES, WANIES; Cesar Romero, Dora Rodrigues, Philippe. Religião e Território no Brasil. Rio de Janeiro, RJ: PUC-Rio, 2013.

IMÉRCIO, KORTE, VIEIRA; Aline, Júlia, João Luiz. O primeiro caso de divórcio gay no Brasil. Disponível em: <http://migre.me/soMud> Acessado em: 23/10/2015.

JENKINS, GREEN E FORD; Henry, Joshua e Sam. Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo, SP: Editora Aleph, 2014.

LÉVY, Pierre. Ciberultura. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.

MACHADO, PICCOLO, ZUCCO, SIMÕES; Maria das Dores Campos Machado, Fernanda Delvalhas, Luciana Patrícia, José Pedro Neto. Homossexualidade e igrejas cristãs no Rio de Janeiro. REVER- Revista de estudos da religião. Disponível em: <http://migre.me/qYWXE> Acessado em 13/10/2014.

MAFFESOLI, Michel. O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora Forense Universitária, 1998.

MAFFESOLI, Michel. O tempo retorna. Rio de Janeiro, RJ: Editora Forense Universitária, 2012.

MATTELART, Armand e Michele; ROUANET, Luiz Paulo. História das teorias da comunicação. 16. Ed. São Paulo, SP: Loyola, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding media). 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

MILBANK E ZIZEK, John e Slavoj. A monstruosidade de Cristo. São Paulo, SP: Três Estrelas, 2014.

MEIO E MENSAGEM. O Brasil é o 6º em número de smartphones. Internet: 2015. Disponível em: < <http://migre.me/r1VG6> >. Acessado em: 06/01/2015.

MLODINOW, Leonard. Subliminar: como o inconsciente influencia nossas vidas. Trad. De Cláudio Carina. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2013.

MOREIRA, Cristiano Valério. “Manual de introdução à teologia bíblica- Igrejas da Comunidade Metropolitana”. Internet: 2012. Disponível em: < <http://migre.me/gpwGO> >. Acessado em 10/05/2013.

MUSSKOPF, André Sidnei. Via(da)gens teológicas: itinerários para uma teologia queer no Brasil. São Paulo, SP: Fonte Editorial, 2012. 502 p.

NATIVIDADE, Marcelo. Homossexualidade, gênero e cura em perspectivas pastorais evangélicas. Revista brasileira de ciências sociais. Vol 21, nº 61. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://migre.me/qYX96> Acessado em: 30/03/2014.

NATIVIDADE, Marcelo. Uma homossexualidade santificada? Etnografia de uma comunidade inclusiva pentecostal. Revista brasileira de ciências sociais. Vol 30, nº2. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://migre.me/qYXuq> Acessado em: 30/03/2014.

NOVAES, Regina. Os jovens "sem religião": ventos secularizantes, "espírito de época" e novos sincretismos. Notas preliminares. *Estud. av.* [online]. 2004, vol.18, n.52, pp. 321-330. ISSN 1806-9592.

NICOLAU, Marcos; NICOLAU, Roseane. Educação Digital na Ciberultura: Para Onde (não) nos Leva a Tecnologia. Disponível em: <http://migre.me/qHJYG> . Acessado em 06/04/2015.

NIETZSCHE, Friedrich. O Anticristo. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2007.

NIETZSCHE, Friedrich. Além do bem e do mal. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

PACE, Enzo. Narrar a Deus: a religião como meio de comunicação. Revista brasileira de ciências sociais. Vol 24. Nº 70. Disponível em: <http://migre.me/qYVPc> . Acessado em: 30/03/2014.

PAIVA, Cláudio Cardoso de. Hermes no ciberespaço: uma interpretação da comunicação e cultura na era digital.

PÉRET, Flávia. Imprensa gay no Brasil: entre a militância e o consumo. São Paulo, SP: Publifolha, 2012.

PEREIRA, José Matias. Manual de Metodologia da Pesquisa Científica. 3 ed. São Paulo, SP: Atlas, 2012.

RETAMERO, Márcio. Banquete dos excluídos: série mensagens de inclusão 1. Rio de Janeiro, RJ: Editora Metanóia, 2009.

RETAMERO, Márcio. Pode a Bíblia incluir? Por um olhar inclusivo sobre as sagradas escrituras. Rio de Janeiro, RJ: Editora Metanóia, 2010.

SBARDELOTTO, Moisés. E o verbo se fez bit: análise de sites católicos brasileiros como ambiente para experiência religiosa. Dissertação. 205 f. Orientador: Prof. Dr. Antônio Fausto Neto. Universidade do Vale do Rio dos Sinos- UNISINOS. 2011. Disponível em:< <http://migre.me/sFYna> >. Acessado em: 23 de dezembro de 2015.

SGORLA, Fabiane. Discutindo o processo de midiaticização. Mediação, Belo Horizonte, v. 9, n. 8, jan/jun de 2009. Internet: 2013. Disponível em: <<http://migre.me/gpwHT>>. Acessado em: 10 de setembro de 2013.

SILVA, Juremir Machado da. O que pesquisar quer dizer. Porto Alegre, RS: Editora Meridional, 2011.

SILVA, Luiz Gustavo. O chute & a santa: intolerância e conflito religioso no Brasil contemporâneo. Rio de Janeiro, RJ: Editora Metanóia, 2014.

SODRÉ, Muniz. Antropológica do Espelho. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SODRÉ, Muniz. A ciência do comum: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

WATTS, Duncan J. Tudo é óbvio desde que você saiba a resposta como o senso comum nos engana. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2011.

WILSON, Nancy. Nossa tribo: gays, Deus, Jesus e a Bíblia. Rio de Janeiro, RJ: Editora Metanóia, 2012.

WOLTON, Dominique. Informar não é comunicar. Porto Alegre, RS: Sulinas, 2011.

WOLTON, Dominique. Pensar a Comunicação. Trad. de Zélia Leal Adghirni. Brasília: Editora UnB, 2004.

WOLTON, Dominique. Pensar a internet. MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. **A genealogia do virtual**: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. 2. ed. Porto Alegre: Sulinas, 2008.

6. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO- Vídeos

DAVIS, HEILBRONER; Kate, David. Stonewall Uprising. Youtube vídeo (20 de julho de 2014). Disponível em: <http://migre.me/qYReY> . Acessado em 28 de junho de 2015.

ICM SÃO PAULO. Igrejas da Comunidade Metropolitana. Youtube vídeo, 10:47 (14 de maio de 2015). Disponível em: <http://migre.me/qS8MD> . Acessado em 14 de maio de 2015.

LIRA, Bertrand. O Rebeliado. Câmeras: Daslei Ribeiro e Bertrand Lira. Som direto: Heleno Bernardo. Edição: Bertrand Lira e Yoster Queiroga. João Pessoa, PB: FMC, 2009. DVD, 70 min. Documentário. Trilha sonora adaptada: Henrique Peixe, Makarios Maia, Daniel Mesquita e Daniel Pina.

MACKIE, COLLINS, BRESHERS; Tim, Jonathan, Gerry. Animated Explanation of “The Covenants”. Youtube vídeo, 05:45 (18 de janeiro de 2014). Disponível em: <http://migre.me/qS8WC> . Acessado em: 20 de maio de 2015.

MACKIE, COLLINS, BRESHERS; Tim, Jonathan, Gerry. Animated Explanation of “The God Holiness”. Youtube vídeo, 06:34 (17 de março de 2015). Disponível em: <http://migre.me/qS90c> . Acessado em: 20 de maio de 2015.

MACKIE, COLLINS, BRESHERS; Tim, Jonathan, Gerry. Animated Explanation of “The Messiah”. Youtube vídeo, 05:47 (30 de setembro de 2014). Disponível em: <http://migre.me/qS8B6> . Acessado em: 20 de maio de 2015.