O "RELIGIOSO" NAS ENCRUZILHADAS DA CIRCULAÇÃO MIDIÁTICA DIGITAL

THE "RELIGIOUS" IN THE CROSSROADS OF THE DIGITAL MEDIATIC CIRCULATION

Moisés Sbardelotto[1]

Resumo: Analisar a midiatização da religião hoje é analisar as mudanças vividas pela sociedade e pela religião complexificadas pelo fenômeno midiático em tempos de rede, o que possibilita novos processos comunicacionais. Para analisar tal fenômeno, neste artigo, articulamos os conceitos de midiatização e midiatização digital com os processos comunicacionais que constituem as religiões e as religiosidades contemporâneas. Como caso, descrevemos a presença do grupo *Diversidade Católica* no Facebook. Por fim, concluímos que, em plataformas sociodigitais, vão sendo construídos saberes-fazeres sobre a religião por parte de diversos interagentes, em redes de poder religioso não mais centralizadas na

1. Doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), na linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais, com estágio doutoral (PDSE/Capes) na Università di Roma "La Sapienza", na Itália. Autor de *E o Verbo se fez bit: A comunicação e a experiência religiosas na internet* (Editora Santuário, 2012). Colaborador do Instituto Humanitas Unisinos (IHU). E-mail: m.sbar@yahoo.com.br.

instituição, deslocando o eixo de construção social de sentido em torno do sagrado.

Palavras-chave: Midiatização. Redes; Religião.

Abstract: Analyzing the mediatization of religion today is to analyze the changes experienced by society and religion complexified by the mediatic phenomenon in times of network, which enables new communication processes. To analyze this phenomenon, in this article, we articulate the concepts of mediatization and digital mediatization with the communicational processes that constitute contemporary religions and religiosities. As case of study, we describe the presence of the *Diversidade Católica* group on Facebook. Finally, we conclude that, on socio-digital platforms, religious know-how is being built by various inter-agents, in networks of religious power no longer centralized in the institution, displacing the axis of social construction of meaning around the sacred.

Keywords: Mediatization. Networks. Religion.

1 Introdução

As práticas sociais no ambiente online, a partir de lógicas midiáticas, complexificam hoje o fenômeno religioso. Formam-se novas modalidades de percepção e de expressão do sagrado em novos ambientes sociais. Assim, cada vez mais, o fenômeno religioso se desloca para ambientes "públicos" como as plataformas sociodigitais (Facebook, Twitter, Instagram etc.). Nesse sentido, analisar a midiatização da religião hoje é analisar as mudanças vividas pela sociedade e pela religião complexificadas pelo fenômeno midiático em tempos de rede, o que possibilita novos processos comunicacionais entre indivíduos e instituições e os diversos campos sociais, a partir de lógicas e dinâmicas emergentes. Entrevê-se uma coevolução entre as mídias (agora ampliadas complexamente ao *socius* em geral) e as religiões, gerando novos desdobramentos nos elementos constituintes de cada uma delas.

Mediante a comunicação do "religioso", a sociedade contemporânea percebe e expressa as religiões e as religiosidades por meio de práticas de construção de sentido que não estão dadas de antemão, nem são neutras ou automáticas. O que vemos hoje é a inserção das mais diversas instituições religiosas – dentre as quais desponta principalmente a Igreja Católica – e sujeitos religiosos na trama de uma sociedade em midiatização e, por sua vez, os desdobramentos das religiões em geral mediante ações comunicacionais sobre o "religioso". Neste artigo, situamo-nos especificamente na interface comunicacional do catolicismo brasileiro em rede. Tal interesse se deve, primeiramente, à relevância sócio-histórico-cultural da Igreja Católica no Brasil e à presença do catolicismo como uma das referências religiosas estruturantes da cultura nacional. Dentro desse contexto, tomando como eixo de investigação os processos comunicacionais em sociedades em midiatização, interessa-nos perceber algumas lógicas e dinâmicas que desencadeiam tal referenciação dessa expressão religiosa na cultura nacional, especialmente em tempos de redes digitais.

Se o catolicismo, especificamente, "com sua estrutura de caráter performativo, já tem um potencial de incorporar a diversidade" (Teixeira & Menezes, 2009, p. 9), ao se posicionar em uma arena pública como a internet e suas redes, a Igreja se coloca em uma encruzilhada ainda mais complexa de discursos outros, inclusive que não lhe pertencem e lhe escapam, em uma diversificada e difusa rede de relações entre símbolos, crenças e práticas vinculados à experiência religiosa católica, à tradição histórica do catolicismo ou à instituição Igreja Católica, aquilo que aqui chamamos de "católico". Em um período histórico em que os processos de comunicação midiática se tornam generalizados no tecido social, a internet, como ambiente midiático, com o desdobramento de novos usos sociais a partir do desenvolvimento de plataformas sociodigitais, vai se constituindo como um "meio de comunicação, de interação e de organização social" (Castells, 2005, p. 257) e também de prática religiosa, caracterizando um fenômeno de midiatização digital da religião.

Isto é, em sociedades cada vez mais em midiatização, o fluxo comunicacional dos sentidos em circulação, principalmente em rede, não se deixa deter ou delimitar por estruturas quaisquer. Ou seja, o "sagrado" passa a circular, fluir, deslocar-se nos meandros da internet por meio de uma ação não apenas do âmbito da "produção" eclesial nem só industrial-midiática, mas também mediante uma ação comunicacional dos inúmeros interagentes conectados. Nos mais diversos ambientes digitais, religiões e sociedade, em geral, encontram-se agora marcadas por novas possibilidades de construção de sentido, em termos de acesso, criação, armazenamento, gestão, distribuição e consumo de informações – indo muito além das ações tradicionais da "grande mídia", entendida como as corporações midiáticas, e muito além das ações tradicionais das instituições religiosas voltadas à comunicação.

Encontramos um caso significativo dessas processualidades comunicacionais na presença do grupo *Diversidade Católica* (DC) no Facebook. Neste artigo[2], primeiramente, articulamos teoricamente os conceitos de midiatização e midiatização digital com os processos comunicacionais que constituem as religiões e as religiosidades contemporâneas, a partir dos processos de circulação midiática. Em seguida, apresentamos a identidade do grupo DC e a sua relevância no contexto sociorreligioso brasileiro, analisando sua página *Diversidade Católica* no Facebook[3]. Para confrontar nossas inferências com as dos interagentes envolvidos, recorremos também a entrevistas focais semiestruturadas com os responsáveis pela página do DC no Facebook.

Por fim, concluímos que, em plataformas sociodigitais como o Facebook, vão sendo construídos saberes-fazeres sobre o catolicismo por parte de diversos interagentes, em redes de poder religioso não mais centralizadas na instituição. Nestas, os vínculos comunitários se constituem e se sustentam mediante a experimentação e a invenção religio-

2. Trata-se de um recorte, revisado e aprofundado, de nossa tese de doutoramento (Sbardelotto, 2016a).

3. Disponível em: <https://www.facebook.com/diversidadecatolica>.

sas, deslocando o papel central das instituições religiosas na construção social de sentido em torno do sagrado.

2 Midiatização digital da religião: meios e religiosidades em circulação

Embora as instituições religiosas, como a Igreja Católica, busquem fazer um uso "bom e sagrado" da internet – por exemplo, com a entrada de Bento XVI no Twitter (Sbardelotto, 2013) ou de Francisco no Instagram (Sbardelotto, 2016b) –, o fluxo de sentidos sobre o que é "ser católico", seus saberes e fazeres, encontra brechas e escapes no processo de circulação social, indo muito além (ou aquém) dos interesses eclesiais institucionais. Mediante ações comunicacionais diversas, a sociedade desvia e reconstrói midiaticamente os sentidos em circulação. Isso graças à emergência de novos agentes midiáticos – indivíduos, grupos e demais instituições – que passam a promover modalidades complexificadas de significação do *socius* em rede, de forma pública, também sobre o fenômeno religioso.

Ao mesmo tempo em que a "grande mídia" vai perdendo o monopólio do agenciamento dos sentidos sociais em geral, as religiões passam por um processo semelhante em relação aos sentidos religiosos sobre suas doutrinas e tradições. Isso graças à emergência de novos sujeitos midiáticos – indivíduos, grupos e demais instituições – que passam a promover modalidades complexificadas de significação do *socius* e do *sacrus* em rede, de forma pública, heterogênea e conectiva. Em sociedades cada vez mais em midiatização, é possível perceber que o fluxo comunicacional dos sentidos, principalmente em rede, não se deixa deter ou delimitar por estruturas quaisquer.

Nos mais diversos âmbitos da internet, portanto, instituições religiosas e sociedade em geral *falam sobre* o "religioso", retrabalhando, ressignificando, ressemantizando a experiência, a identidade, o imaginário, as crenças, as práticas, a doutrina, a tradição religiosa, atualizando-os a novos interagentes sociais e a públicos ainda maiores, em uma trama

complexa de sentidos. Nesse processo, vemos que a sociedade em geral diz "isto é religioso", "isto não é". A sociedade *fala sobre* e *faz algo com* as religiões, para além da oferta religiosa disponível na internet por parte das instituições religiosas ou da grande mídia. Construtos sociais sobre o "religioso" vão sendo ofertados não por um polo fixo de produção, mas ofertados-recebidos constantemente pelos mais diversos interagentes sociais (indivíduos, grupos e demais instituições, religiosas ou não), para além do controle simbólico e teológico das instituições religiosas.

Desponta aí a compreensão das mídias como "*ponto de partida* para a constituição de um novo *bios* com um tipo novo de sociabilidade" (Sodré, 2014, p. 246). Isso também faz com que se reorientem os modos de pensar e de sentir, formando outro tipo de *polis*, ou, em nosso caso, outro tipo de *ekklesia* (assembleia) religiosa. São indícios que nos ajudam a perceber "a natureza da inter-relação entre as mudanças históricas na comunicação midiática e outros processos transformacionais" (Hepp, 2012, p. 38, tradução nossa), como os vividos pela Igreja Católica e pelo catolicismo em geral.

Em termos de midiatização, é possível afirmar que a vida social hoje é como é *porque assim também foi possibilitada pelas mídias*, e as mídias hoje são como são *porque assim também foram constituídas pela vida social* – ou seja, uma articulação complexa entre tecnologias apropriadas pela prática social para a construção de sentido, práticas sociais de construção de sentido encarnadas em tecnologias midiáticas com os mais diversos sistemas sociais e culturais. Nesse sentido específico, "é possível falar da mídia como um lócus de compreensão da sociedade", pois "a sociedade percebe e se percebe a partir do fenômeno da mídia" (Gomes, 2008, p. 21).

A partir da "reviravolta comunicacional" devida em grande parte às inovações sociotecnológicas digitais, decorre, portanto, a necessidade de uma reproblematização da própria noção de religião e de sua relação com os processos midiáticos, porque

> *a midiatização da religião traduz-se não apenas como um momento de alteração das práticas das instituições religiosas, mas também como uma aparente reestruturação, mais ampla, dos significados do que é "sagrado", "religioso" e da "experiência religiosa" (Martino, 2012, p. 237).*

Assim, a interface mídia/religião precisa ser repensada, para que a compreensão daquilo que passou a ser definido correntemente como "midiatização da religião" – envolvendo tanto a presença da religião nas mídias, quanto de mídias nas práticas religiosas – não compreenda vieses ou pré-conceitos exclusivamente otimistas ou pessimistas acerca do fenômeno midiático contemporâneo em sua relação com a tradição e a doutrina católicas.

Com o processo de digitalização, a relação mídia/religião passa a ser marcada principalmente por uma ruptura de escala espaço-temporal e por uma descontextualização e recombinação de sentidos. Assim, se estamos vivendo uma "reviravolta comunicacional" a partir da digitalização, as crenças e práticas religiosas, ao se embeberem dessa cultura, passam a se constituir a partir de novos processos que merecem reflexão e análise.

A digitalização impele o catolicismo, neste caso, a assumir novas formas de percepção do mundo em que habita e novas formas de expressão de sua tradição e doutrina dentro desse contexto. Ocorre um deslocamento das práticas de fé para o ambiente online, a partir de lógicas midiáticas, complexificando o fenômeno religioso e as processualidades comunicacionais mediante novas temporalidades, novas espacialidades, novas materialidades, novas discursividades e novas ritualidades (Sbardelotto, 2012).

Hoje, segundo Pace (2013), estaríamos testemunhando hoje o surgimento de uma "comunicação de quarta ordem" no campo religioso[4]. Isso porque, na internet e nas mídias di-

4. Em suas análises, Pace (2013) acompanha o processo histórico da religião a partir da noção de *medium*. Segundo o autor, uma religião nasce a partir de uma "palavra viva", manifestada como uma revelação, uma epifania, uma comunicação a um interlocutor original, a uma autoridade (*comunicação de primeira ordem*). Essa palavra viva se

gitais, a sociedade como um todo reconstrói comunicacional, social e publicamente a matriz original das mensagens religiosas. Ou seja, em redes comunicacionais online, a religião – neste caso, o catolicismo – "se expõe à interação com um ambiente muito mais vasto, complexo e diferenciado daqueles com que habitualmente entra em contato" (Pace, 2013, p. 93, tradução nossa).

Essa ruptura de escala da prática religiosa, no processo de midiatização em ambientes digitais, é marcada por dois emergentes decisivos, a saber, o *alcance* e a *velocidade* exponenciais possibilitados pelos processos midiáticos contemporâneos (Verón, 2012). Desse modo,

> a religião na sociedade complexa entrou em "flutuação", ou seja, numa relação de *maior indeterminação* – e, portanto, de *maior liberdade* – em relação às outras esferas sociais, especialmente àquela da produção, e à lógica da racionalização instrumental nelas dominantes. Isto é, a religião, constituindo um recurso de sentido e uma reserva de significados, é capaz de assumir em si mesma as relações sociais existentes, conferindo-lhes formas diferentes e *favorecendo diversas mixagens entre os elementos da tradição e da modernidade*, com resultados não apenas acomodatícios, mas inovadores e até disfuncionais em relação ao sistema social, e *governados por uma lógica específica: a da comunicação simbólica* (Martelli, 1995, p. 26, grifos nossos).

A religiosidade online, portanto, é tanto um produto quanto um sinal da mudança produzida pelo fenômeno da midiatização, no qual as religiões em geral encontram-se em um ambiente muito mais complexo, em que coexistem inú-

tranforma em uma "palavra dada", mediante a "comunicação da comunicação" desse intérprete autorizado ou de um texto sagrado, explicitando socialmente essa identidade religiosa (*comunicação de segunda ordem*). Por sua vez, essa palavra dada é conservada na memória e na comunicação de uma "comunidade da palavra", que realiza uma *comunicação de terceira ordem*, cuja unidade é mantida na comunicação de suas teologias e liturgias, em sua ritualidade.

meros pontos de vista religiosos diferentes e heterodoxos. Na articulação entre a autonomização, a conectivização e a ubiquização das pessoas em rede, emerge ainda mais claramente a possibilidade de *sintetização religiosa*, em que os interagentes, por interarigem em um ambiente muito mais fluido do ponto de vista doutrinal religioso, veem-se encorajados à experimentação religiosa e espiritual.

Isso porque, em redes comunicacionais online,

> os significados que os diversos componentes atribuem ao que os reúne [como as crenças e práticas religiosas] são discutidos, submetidos a uma *contínua negociação*, aceitos e redefinidos, acolhidos com entusiasmo ou com críticas. Tudo isso contribui para formar significados inter-subjetivos que, por definição, não podem exibir um fundamento absoluto. A participação de mais pessoas em tal processo de *definição e redefinição dos significados* dilata o sentido a ser atribuído a palavras-chave (por exemplo: as palavras "Deus" ou "espírito") ou a objetos que pretendem incorporar uma mensagem simbólica (Pace, 2013, p. 22, trad. e grifos nossos).

Desse modo, é relevante observar o que acontece quando a experiência e a comunicação religiosas se manifestam nos ambientes digitais, que concedem um grau de autonomia e liberdade muito maiores à construção de sentido em uma escala mais ampla e abrangente, "liberando uma subjetividade que pode pôr em crise o princípio de autoridade sobre o qual se baseia a força comunicativa das religiões históricas" (Pace, 2013, p. 191, tradução nossa).

O desafio, portanto, é "religar", teoricamente, o elo entre os processos midiáticos digitais e as práticas religiosas, buscando compreender os vínculos que unem, hoje, os universos simbólico-religiosos e os ambientes comunicacionais em mudança no tempo, no espaço e em suas materialidades. Assim, se o foco é a comunicação em torno de crenças e práticas católicas, é preciso também refletir sobre como estas geram e são geradas, por sua vez, mediante *ações de*

comunicação sobre o "católico". Trata-se de identificar as lógicas das práticas digitais, em que não há apenas tecnologias e crenças religiosas sendo usadas e apropriadas, mas também inter-relações entre práticas sociorreligiosas e ações comunicacionais que constituem as próprias tecnologias e crenças religiosas. E as redes comunicacionais online são um ambiente significativo para observar e compreender tais processualidades, pois é nelas que percebemos práticas de construção do "católico".

3 Diversidade Católica: a complexificação do fenômeno religioso em rede

Para além dos aspectos institucionais do catolicismo, a midiatização digital também envolve um processo de autonomização comunicacional. No caso da religião, isso leva a novas configurações religiosas, em que sujeitos comuns tomam a palavra social e publicamente, ressignificando os sentidos religiosos em geral. Isto é, a internet, pela sua facilidade de acesso e de uso, e pela expansão do alcance e da abrangência das interações sociais, dá o poder da "palavra pública" àqueles que não tinham acesso aos aparatos midiáticos e eclesiásticos tradicionais.

Embora não tendo a institucionalidade midiática nem eclesiástica em sua retaguarda, essa palavra socioindividual se torna ubíqua. Isso porque, em nível comunicacional, o ferramentário disponível hoje para a sociedade em geral em termos de construção de sentidos – midiáticos ou religiosos – é muito acessível e muito próximo (senão igual) ao dos profissionais e especialistas. Graças à maior acessibilidade aos meios digitais, à publicização de informações e à democratização do polo de produção simbólica, pessoas comuns adquirem e desenvolvem saberes-fazeres reticularmente, para além do papel desempenhado pelos especialistas e instituições tradicionais.

Diante da facilidade de uso dos aparatos de comunicação digitais e de suas potencialidades no tecido social, portanto, manifesta-se um "processo de *democratização das*

competências que está no coração da atividade amadora" (Flichy, 2010, p.79, tradução nossa), em que especialistas e não especialistas cooperam em uma construção comum dos diversos saberes-fazeres, incluindo religiosos. Há, assim, uma nova forma de *participação* sociocomunicacional, marcada pelo empoderamento e pelo compartilhamento, um processo em que "mais poder midiático jaz nas mãos dos cidadãos [...], mesmo que os meios de massa [ainda] detenham uma voz privilegiada no fluxo de informação" (Jenkins, Ford & Green, 2013, p. 163, tradução nossa).

Nas plataformas sociodigitais, como Twitter e Facebook, constata-se a existência de inúmeros casos de ambientes criados por pessoas comuns, referentes a temáticas católicas, ou seja, presenças não oficiais, não institucionais, alternativas sobre o "católico". Há incontáveis contas e páginas criadas na plataforma (sempre públicas, ao contrário dos grupos, que podem ser privados) por pessoas e grupos em que se articulam redes comunicacionais online sobre o catolicismo[5]. Nelas, a partir do seu ponto de vista sobre o universo católico, tais sujeitos se apropriam de elementos midiático-religiosos para reconstruir e ressignificar publicamente o sentido do catolicismo. A midiatização digital da religião, portanto, traz à tona justamente as ações "microbianas" desses

5. Uma busca na própria plataforma por termos como "católico" ou "católica" no Facebook traz como resposta páginas que demarcam sua presença, já desde o próprio nome, em torno, por exemplo, de: textos, documentos e debates em torno da fé e da doutrina da Igreja Católica, como as páginas *Bíblia Católica Online* e *Catecismo da Igreja Católica*; ambientes de reafirmação identitária católica, como as páginas *Católicos defensores da fé*, *Sou católico e sou feliz*, *Beleza da Igreja Católica*, *O homem católico*, *Mulheres católicas que rezam*; aspectos da vivência e da prática religiosas católicas, como as páginas *Católicos não adoram imagens*, *Católico orante*, *Música católica*, *Catequese católica*; relacionamentos pessoais entre católicos, como as páginas *Solteiros católicos* e *Namoro católico*; humor em torno de temas católicos, como as páginas *Memes católicos* e *Chaves católico*; empresas e serviços comerciais católicos, como as páginas *Cruzeiro católico* e *Católicos emprendedores* (sic). Cabe ressaltar que as páginas acima indicadas contam, em todos os casos, com mais de 10.000 "curtidores", chegando até a mais de um milhão. Trata-se, portanto, de ambientes de grande circulação comunicacional, em torno das mais variadas temáticas e aspectos do catolicismo brasileiro.

agentes, que não são historicamente novos, mas emergem social e eclesialmente graças à internet.

Dada a atual conjuntura sociocultural e, principalmente, eclesial, destacam-se os casos em que tais páginas públicas, como a que aqui será analisada, explicitam publicamente os embates no interior do catolicismo, como em torno de uma das questões mais controversas do catolicismo contemporâneo, como a questão gay[6] e a identidade de gênero. Segundo Pondé (2011, p. 75), a homoafetividade é não apenas uma das "maiores transformações sociais das últimas décadas do século XX", mas também, em âmbito eclesial, "um dos temas mais duros para o catolicismo no início deste século". É nesse contexto que se enquadra o grupo *Diversidade Católica*.

O *Diversidade Católica* nasceu entre 2006 e 2007, no Rio de Janeiro. A apresentação disponível em seu site o define como "um grupo de leigos católicos que compreende ser possível viver duas identidades aparentemente antagônicas: ser católico e ser gay, numa ampla acepção deste termo, incluindo toda diversidade sexual (LGBT)"[7]. Apesar de trabalhar em uma interface delicada e complexa no interior do catolicismo, o grupo reitera a sua fidelidade à Igreja tanto em seu site ("Nossa postura é de comunhão com a Igreja")[8] quanto em sua página do Facebook ("Somos membros inalienáveis da Igreja Católica Apostólica Romana")[9]. Trata-se, portanto, de um caso de autonomização e publicização de um sujeito socioeclesial específico (o "gay assumidamente católico"), que manifesta suas competências comunicacionais.

Em entrevista para esta pesquisa, Cristiana Serra, psicóloga e membro do grupo desde 2008, oferece mais detalhes sobre a origem do grupo:

---

6. Utilizamos o termo "gay" como representativo das várias formas de expressão da sexualidade humana, seguindo o mesmo padrão de estilo adotado pelo próprio grupo *Diversidade Católica*.

7. Disponível em: <http://www.diversidadecatolica.com.br/quem_somos.php>.

8. Idem.

9. Disponível em: <https://www.facebook.com/diversidadecatolica/info/?tab=page_info>.

> *O Diversidade nasceu na internet.* Em 2006, um grupo de pessoas, algumas gays, outras não [...], todas muito ligadas ao catolicismo, começaram a conversar sobre como conciliar essas duas identidades [gay e católica]. E decidiram organizar um material e assim foi um criado um site. Depois de quase um ano de trabalho, de organização, discussão e reflexão, foi criado o site DiversidadeCatolica.com.br. *E é engraçado porque, a partir do site [...] começou a surgir a demanda, porque as pessoas começaram a buscar na internet, a parar no site, a entrar em contato* – porque tinha lá um formulário de contato, um e-mail. *E as pessoas começaram a pedir ajuda, tirar dúvidas e pedir orientação. Então, a demanda por encontros presenciais surgiu a partir do surgimento do site* [...] [Os primeiros membros eram] um grupo de seis ou sete pessoas, que foram se conhecendo. Essa discussão [sobre gays católicos] foi surgindo. Então, foi surgindo uma pequena "redezinha" ali, que criou o site. Em parte a partir do site, em parte a partir de conhecidos daqueles sete [membros] originais, começou a surgir uma demanda e começaram a haver reuniões presenciais uma vez por mês (informação pessoal, São Leopoldo, 16 out. 2015, grifo nosso).

Desse modo, a conciliação das duas identidades, católica e gay, por parte do grupo, é permeada pelas possibilidades da cultura sociodigital, mediante a criação de um site[10], que favoreceu uma "demanda" em termos de ajuda, dúvidas, orientação, encontros. A "redezinha" offline gerou a rede online, com maior alcance. Aquilo que subsistia de modo latente no interior da Igreja Católica encontrou um "ponto de escape" comunicacional, uma "fresta no armário" eclesial, graças a uma ação simbólica no ambiente digital.

Trata-se, portanto, de uma "minoria periférica" emergente no contexto eclesial contemporâneo. Mas sua "minoridade" vai além da inferioridade quantitativa de seus membros

10. Disponível em: <http://www.diversidadecatolica.com.br>.

(seja em termos digitais, com seus pouco mais de 4,8 mil "curtidas" na página do Facebook em meados de 2016, por exemplo, seja em termos socioeclesiais, em comparação com uma "maioria" católica) e envolve ainda o fato de lutar para ter uma voz ativa no contexto eclesial, de se "fazer ouvir" por parte da Igreja Católica como um todo, pois as pessoas gays, no âmbito católico, ainda não têm acesso à "fala plena" nas principais instâncias da vida da Igreja Católica. As pessoas homossexuais, no contexto católico, podem ser vistas como minoria pois se constituem como "um lugar onde se animam os fluxos de transformação de uma identidade [católica] ou de uma relação de poder [eclesial]", promovendo "uma tomada de posição grupal no interior de uma dinâmica conflitual" (Sodré, 2005, p. 12) em torno das questões de gênero.

Por isso, a presença do *Diversidade Católica* em redes comunicacionais online aponta para processos de transformação do catolicismo no caldo cultural contemporâneo e demanda, para sua observação, um desvio e um deslocamento do olhar, para perceber a circulação do "católico" e a própria construção do catolicismo também a partir de ações comunicacionais alternativas, periféricas, minoritárias, e não apenas do ponto de vista central da instituição sobre a questão homossexual. Ou seja, no âmbito da midiatização digital do catolicismo, a página *Diversidade Católica* é um "dispositivo simbólico, com uma intencionalidade ético-política dentro da luta contra-hegemônica" (Sodré, 2005, p. 12) dentro do universo católico.

Ao completar um ano, no dia 14 de julho de 2008, o grupo postou em seu site uma nota comemorativa, na qual reafirmava o seu "trabalho pioneiro, intenso e prazeroso em favor da inclusão gay na Igreja", mediante o "apostolado de *mostrar* o jugo leve e o fardo suave de Cristo, e assim dar alívio, alento e esperança a tantos corações" (grifo nosso)[11]. Comentando a coincidência de data com a comemoração da Revolução Francesa, a nota afirma que, assim como o acontecimento francês foi "um *grito* a favor da liberdade, da

11. Disponível em: <http://www.diversidadecatolica.com.br/diversidade_1ano.php>.

igualdade e da fraternidade" (grifo nosso), o grupo também busca repetir esse gesto no âmbito eclesial. Trata-se de um autorreconhecimento de sua ação comunicacional minoritária e periférica, na busca de "mostrar" e "gritar" uma realidade que permanece escondida, silenciada.

Ao longo da história do grupo, com o desenvolvimento do site e a necessidade de mais interação com as pessoas interessadas, surgiu também um blog[12], que possibilitou um contato mais próximo dos usuários. O blog, por sua vez, materializou, segundo Cristiana Serra, o "desejo de expansão" por parte do grupo.

> Quando começamos a fazer o blog, começou a haver alguma busca não tanto das reuniões – acho que pelo blog ninguém chegou nas reuniões –, mas de *muita gente tirando dúvidas, perguntando*. E o que nós vimos com o blog e depois com o Facebook foi que *a nossa capacidade de comunicação se expandiu para lugares onde vai demorar muito para se ter um grupo:* gente do Norte, do Nordeste, do Centro-Oeste, de periferias, do interior, de lugares pequenos, de comunidades muito pequenas ou remotas. *Vimos que o que estávamos falando, o que estávamos dizendo, o que estávamos propondo começou a chegar longe, muito longe* (informação verbal, São Leopoldo, 16 out. 2015, grifo nosso).

Essa abrangência e alcance comunicacional do grupo, segundo Cristiana, ganhou uma catalisação e uma exponenciação com a criação da página no Facebook:

> O Facebook com certeza se tornou um enorme canal de contato. *Muito grande, muito grande. São muitas mensagens por dia.* Houve um momento, quando eu ainda estava administrando, que eram mensagens muito sofridas, muita gente pedindo socorro. *Muita gente, muita gente chegou ao grupo pelo Facebook.* [...] As pessoas chegam ali e entram em contato. De fato,

12. Disponível em: <http://diversidadecatolica.blogspot.com.br>.

> eu me arriscaria a dizer que *o Facebook hoje é o nosso principal canal de comunicação disparado* (informação verbal, São Leopoldo, 16 out. 2015, grifo nosso).

Temos, assim, uma rede tríplice que perpassa as redes comunicacionais online em que o *Diversidade Católica* se faz presente: a homoafetividade, o catolicismo e a cultura digital. Por sua vez, os próprios usuários vão reconhecendo a competência e a experiência dos administradores dessa página no Facebook como "especialistas" (ou até mesmo como "autoridades") na sua proposta, não apenas ao visitá-la, mas também ao "curti-la" e, principalmente, ao entrar em diálogo com seus responsáveis nos comentários de cada postagem.

A evolução comunicacional do livro levou à realização do *1º Encontro Nacional de Católicos LGBT*, ocorrido no Rio de Janeiro no dia 26 de julho de 2014[13]. O encontro foi organizado pelo grupo *Diversidade Católica*, junto com diversos grupos irmãos de vários Estados do Brasil, para ser um momento de partilha e de troca de experiências entre católicos LGBTs brasileiros sobre "quem são, como vivem sua identidade religiosa, como sentem a comunidade da qual fazem parte e como se dá sua atuação através dos vários grupos leigos organizados"[14]. Segundo Cristiana Serra,

13. Tratava-se, na realidade, de um desdobramento de outros dois eventos realizados em 2013, levantando o debate e reunindo católicos gays de todo o Brasil e do exterior. O primeiro foi realizado na cidade do Rio de Janeiro, em julho de 2013, intitulado *O Jovem Homossexual na Igreja: 1º Encontro de Relatos e Experiências*. O evento era apresentado como "uma tarde de encontro e partilha, a fim de atender ao chamado da Jornada Mundial da Juventude 2013, abrindo espaço para histórias de jovens homossexuais dentro da Igreja", de caráter ecumênico. Em outubro do mesmo ano, foi realizado o *2º Encontro de Relatos e Experiências*, também na cidade do Rio de Janeiro, dedicado ao tema *Gays e suas famílias*, tendo como pano de fundo o Sínodo dos bispos sobre o tema das famílias, realizado em Roma no mesmo período. Essa tarde de encontro e partilha abordava agora "os novos formatos familiares e a relação dos gays com suas famílias, abrindo espaço para a troca de experiências entre pais e mães de gays e gays que são pais, mães, tios... e como conciliam sua identidade LGBT com sua fé cristã".

14. Disponível em: <https://goo.gl/gLB3Nf>.

> muita gente chegou no encontro [nacional] pela internet, *pela página do evento no Facebook.* Como plataforma, é impressionante o nível de interação. E aí a coisa da interatividade no melhor sentido possível, dessas formações, dessas interações e formações sociais espontâneas, que acontecem, é uma coisa rizomática, nessa plataforma. Como fenômeno, é muito interessante, muito rico e ganha um corpo. *O Encontro Nacional, sem o Facebook [...], não teria acontecido* (informação verbal, São Leopoldo, 16 out. 2015, grifo nosso).

Como resultado do encontro nacional de 2014, além disso, foi articulada a *Rede Nacional de Grupos Católicos LGBT*, composta pelos grupos católicos LGBT presentes no encontro, provenientes de diversas cidades de todo o país. Já na sua articulação, a rede assumiu como "sede" uma página oficial no Facebook[15]. Assim, o processo comunicacional que aí se desencadeou envolveu diversas inter-relações em rede: primeiro, uma rede "offline" articulada presencialmente no Rio de Janeiro, que se desdobrou para a internet como um blog e, depois, articulando ainda outros grupos espalhados pelo Brasil, deu origem à "institucionalização" de uma nova rede nacional de católicos gays, congregada agora digitalmente, em uma rede comunicacional online via Facebook.

Assim, a plataforma Facebook, apropriada e ressignificada pelo grupo, torna-se um espaço público alternativo para que os interagentes – especialmente as minorias e os sem voz eclesial – também possam tomar uma "palavra pública" sobre o catolicismo – reconhecido como "diverso" –, oferecendo um eixo sócio-tecno-simbólica de resistência às delimitações doutrinais da instituição religiosa ou do senso comum, no fluxo da circulação midiática.

15. Disponível em: <https://www.facebook.com/redenacionalcatolicoslgbt>.

4. Conclusões

Na midiatização digital da religião, surgem novas modalidades de percepção e expressão de crenças e práticas religiosas no ambiente digital, graças à publicização de elementos religiosos e à acessibilidade por parte de inúmeros interagentes em rede a tais elementos, em toda parte e a qualquer momento. Com base nos sistemas de sentido próprios ao catolicismo – plurais e polarizados por constituição – os processos locais de comunicação em rede reinventam o próprio catolicismo, mediante circulação.

De certo modo, as discursividades e ritualidades do catolicismo só existem enquanto circulam, e essa circulação, segundo Moscovici (2011, p. 216), depende, primeiro, de "sistemas de crença ancorados em valores, tradições e imagens do mundo e da existência" (pois o "católico" não surge *ex nihilo*) e, segundo, de um "permanente trabalho social, no e através do discurso" (que, portanto, reconstrói o "católico"). Desse modo, a Igreja como um todo constrói comunicacionalmente o catolicismo como sistema teológico e praxiológico; e, depois, a sociedade se apropria do "católico" como eixo comunicacional para suas ações sociorreligiosas, que vão além e também desviam aquilo que é construído pela Igreja.

A circulação do "católico" em rede envolve a explicitação pública e o reconhecimento social dos dois polos católicos – do indivíduo e da instituição – que interagem e se articulam de modo ainda mais complexo na constituição do catolicismo. No desdobramento das redes comunicacionais online, pessoas comuns podem alimentar um amplo debate teológico-eclesial, em que é possível gerar novos ambientes públicos em rede de experiência da fé católica a partir de suas minorias e periferias, como o caso *Diversidade Católica*.

Catalisa-se, assim, o processo de circulação do "católico", mediante aproximações, tensionamentos e distanciamentos em relação aos sentidos construídos sobre o catolicismo. Agindo em um cosmos coletivo de significados sobre o "católico" e internalizando-o, os indivíduos em rede apropriam-se subjetivamente desse reservatório e dessa matriz

histórica de sentidos e os reconstroem coletiva e publicamente. Sendo uma "rede simbólica socialmente sancionada" (Castoriadis, 1982, p.159), a própria instituição eclesiástica, ao entrar no fluxo da circulação de sentidos em rede, é ressignificada pelas ações comunicacionais da sociedade.

Nos debate público sobre o "religioso" em rede, alguns interagentes emergem como "especialistas religiosos" na economia de sentido desse ambiente. A "mediação" entre o "canonicamente certo" e o "canonicamente errado", de certa forma, passa por esses novos *gatekeepers*. Percebe-se o desaparecimento da possibilidade de controle *a priori* por parte dos clérigos e da instituição em termos teológico-doutrinais católicos, o que aumenta também a possibilidade de seleção social em torno dos elementos que compõem o "religioso". Nasce, assim, uma prática político-eclesial dos usuários comuns, desenvolvendo circuitos de observação crítica das religiões e constituindo "outro ponto religioso" a partir de onde podem expor suas demandas e suas teologias próprias, que, sem tal circuito, poderiam continuar invisibilizadas.

Referências

CASTELLS, M. Internet e sociedade. *In:* D. MORAES. *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

CASTORIADIS, C. *A instituição imaginária da realidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

FLICHY, P. *Le sacre de l'amateur: Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris. Éditions du Seuil, 2010.

GOMES, P. G. O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e religião. *In*: A. FAUSTO NETO *et al*. (orgs.). *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008, p.17-30.

HEPP, A. *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity, 2012.

JENKINS, H. *et al. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press, 2013.

MARTELLI, S. *A religião na sociedade pós-moderna: entre secularização e dessecularização*. São Paulo: Paulinas, 1995.

MARTINO, L. M. S. Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas. *In:* J. JANOTTI JUNIOR *et al.* (orgs.). *Mediação e midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 219-244.

MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. 8ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

PACE, E. *La comunicazione invisibile: le religioni in internet*. Milano: San Paolo, 2013.

PONDÉ, L. F. *O catolicismo hoje*. São Paulo: Benvirá, 2011.

SBARDELOTTO, M. *E o Verbo se fez bit: a comunicação e a experiência religiosas na internet*. Aparecida: Santuário, 2012.

_____. O caso @Pontifex e a reconstrução do religioso em dispositivos conexiais. *Logos*, Rio de Janeiro, v. 2, p. 57-72, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/emXsfF>.

_____. *"E o verbo se fez rede" uma análise da circulação do "católico" em redes comunicacionais online*. 2016. 496 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) -- Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2016a. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5366>.

_____. @Franciscus, o papa no Instagram. Uma breve análise comunicacional. *IHU On-Line*, São Leopoldo,

v. 1, p. 17-19, 2016b. Disponível em: <https://goo.gl/OG4fle>.

SODRÉ, M. Por um conceito de minoria. *In*: R. PAIVA; A. BARBALHO. (orgs.). *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005, p. 11-14.

_____. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2014.

TEIXEIRA, F.; MENEZES, R. Catolicismo plural: uma introdução. In: TEIXEIRA, F.; MENEZES, R. (orgs.). *Catolicismo plural: dinâmicas contemporâneas.* Petrópolis: Vozes, 2009, p. 7-14.

VERÓN, E. Prólogo: La mediatización, ayer y hoy. CARLÓN, M.; FAUSTO NETO, A. (orgs). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012.