

# Rezando pelo *smartphone*: reconfigurações de práticas religiosas em um grupo de oração católico pelo *WhatsApp*

## Praying through mobile phone: Reconfiguring religious practices in a Catholic praying group through WhatsApp

Marco Túlio de Sousa<sup>1</sup>  
marcotuliosousa@hotmail.com

### RESUMO

O texto discute transformações da experiência religiosa na sociedade em vias de mediatização (Gomes, 2016; Martino, 2016) a partir de um estudo de caso (Braga, 2008) em que se investiga um grupo de WhatsApp criado por fiéis católicos com o intuito de fazerem orações. A pesquisa compreendeu dois momentos: a análise das interações no grupo durante uma semana e a entrevista com o idealizador da iniciativa. Os indícios levantados sugerem que, da articulação entre os rituais e as demais práticas religiosas com dinâmicas próprias da mídia, emergem modos de vivência religiosa em que se verificam a criação de novos vínculos, atravessamentos da cultura pop e do entretenimento e orações feitas em temporalidade acelerada de modo fragmentado. Esse novo cenário comunicacional cria desafios para as instituições religiosas diante do protagonismo assumido pelos leigos na rede e também para estes, que, em meio às experimentações criativas, procuram entender as ações que são mais adequadas às suas necessidades.

**Palavras-chave:** mediatização da religião, amador, grupo de oração pelo WhatsApp.

### ABSTRACT

The text discusses the transformations of religious experiences of a society in a verge of mediatization (Gomes, 2016; Martino, 2016) based on a case study (Braga, 2008) that investigates a religious WhatsApp group created by Catholics to pray for each other. The research includes two moments: an analysis of the group's interactions during a week and an interview with the creator of the group. The raised pieces of evidence indicate the joints between religious rituals and other practices and media dynamics make emerge new forms of religious experiences permeated by mediatic processes. New bonds are created and crosses between pop culture, entertainment, and prayers run in a fast and fragmented pace. This new communication scenario establishes challenges for religious institutions in the face of the public protagonism assumed by the laity in the network and also for those who, among the creative experiments, try to understand the actions that best suit their needs.

**Keywords:** mediatization of religion, amateur, WhatsApp's group of pray.

<sup>1</sup> Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Av. Unisinos, 950, Cristo Rei, 93020-190, São Leopoldo, RS, Brasil.

## Introdução<sup>2</sup>

Dia 07 de junho de 2016. Alguém propõe: “vamos rezar uma Ave-Maria pedindo q Nossa Senhora interceda jto a Jesus a misericórdia para tantas tragédias q tem acontecido ultimamente?”<sup>3</sup>. Na mensagem seguinte uma pessoa responde a um pedido de oração que já havia sido feito anteriormente. Quem sugeriu a ave Maria então começa: “ave-maria cheia de graça, o senhor é convosco”. Outro continua: “bendita sois vós entre as mulheres”. A oração segue: um mesmo trecho é enviado por duas pessoas ao mesmo tempo, outra volta ao início da prece, mas alguém retoma um ponto anterior e segue-se até a conclusão.

A simples narrativa do fato acima pode causar estranheza a aqueles que em algum momento presenciaram a reza da “ave-maria”, comumente feita no Brasil em reuniões de grupos católicos de forma intercalada (alguém diz a primeira metade, outro(s) completa(m) com a segunda) ou em conjunto (todos rezam a oração simultaneamente). Todavia, no grupo de oração pelo WhatsApp Jesus Misericordioso a prática exemplificada é cotidiana e envolve diversos membros. Por vezes, entre os trechos inseridos surge um vídeo ou imagem sem relação direta com a oração e esta não é finalizada. Em outras situações ela se conclui, sem que haja inserção de outros conteúdos.

Esta ave-maria cuja estrutura lembra a de um jogral foi o que inicialmente despertou a atenção deste pesquisador quando entrou em contato com o grupo. Percebia-se que não se tratava de mera transposição de conteúdo para outro espaço, mas de um modo de rezar que incorporava elementos característicos das mídias digitais. Esta e outras práticas oriundas das experimentações dos leigos constituem interessante lugar de observação que nos ajuda a compreender transformações do religioso<sup>4</sup> na contemporaneidade, bem como sua relação com os “processos midiáticos” (Gomes, 2004).

Nesta discussão, o conceito de midiáticação é de extrema valia.

## Midiatização da religião/ religiosidade

Quando se discute “midiáticação” há uma palavra que quase sempre se traz à baila: transformação. Isso ocorre uma vez que, a despeito das distintas perspectivas que trabalham com o conceito, há um entendimento comum de que ele é usado “para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as interrelações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural” (Gomes, 2016, p. 1).

Isso significa que os meios de comunicação não são pensados como meros instrumentos condutores de mensagens, mas que a partir de seus usos e apropriações em diferentes contextos socioculturais instauram-se “processos” pelos quais setores da sociedade são enredados por dinâmicas dos dispositivos midiáticos. Tais “processos midiáticos” “não podem ser vistos como *um objeto em si*, mas através de suas relações, conexões e interconexões, pois *a sua maior riqueza epistemológica advém de suas relações e conexões no contexto*” (Gomes, 2004, p. 31, grifos do autor).

Embora se fale em “midiáticação da sociedade” ou em “sociedade em vias de midiáticação” deve-se ter em mente que isso não significa uma padronização do mundo social pelo signo da mídia. Nessa discussão, é produtiva a distinção feita por Braga (2015) entre “lógicas da mídia” e “lógicas da midiáticação”. Em leitura crítica à abordagem de Stig Hjarvard, o autor aponta que pensar a midiáticação implica considerar não apenas a “influência” da mídia sobre a sociedade, ou seja, como a segunda se adapta às “lógicas” da primeira, mas também perceber de que modo os atores sociais nas suas experimentações e apropriações transformam lógicas próprias às mídias (Braga, 2015, p. 31).

Em uma linha de raciocínio próxima, Ferreira (2007) salienta que a midiáticação se engendra a partir de relações de ordem dialética e circular entre “dispositivos midiáticos”, “processos de comunicação” e “processos

<sup>2</sup> Uma primeira versão deste texto foi apresentada durante o XXVII Encontro Anual da Compós, realizado pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais em Belo Horizonte, de 05 a 08 de junho de 2018. Agradecemos o relato cuidadoso da professora Dra. Ana Silvia Davi Médola (UNESP) e do Ms. Bruno Jareta de Oliveira (UNESP) e os comentários de colegas do GT de Práticas Interacionais e Linguagens da Comunicação. O artigo procurou avançar a partir das contribuições feitas durante o evento, bem como das sugestões dos pareceristas da revista Fronteiras.

<sup>3</sup> Os enunciados extraídos do grupo e da entrevista são apresentados na forma como foram pronunciados/escritos.

<sup>4</sup> Optamos em alguns momentos pela utilização dos termos “religioso” ou “religiosidade” por sugerirem maior flexibilidade do que o vocábulo “religião”, comumente identificado com o âmbito institucional (Gomes *et al.*, 2014). Quando nos referirmos às instituições religiosas explicitaremos no texto.

sociais” não havendo, portanto, um determinante único. Assim, afasta-se o risco do midiacentrismo segundo o qual os distintos campos sociais se submetem às lógicas midiáticas, fazendo com que cada vez mais se pareçam entre si. O que ocorre, na verdade, são trocas e relações que geram configurações muito particulares. Tal constatação é ratificada por estudos como o de Gomes (2010) no âmbito das pesquisas sobre Mídia e Religião. Segundo este autor, as igrejas Católica, Luterana Episcopal, Metodista e Universal se inserem diferentemente na mídia, de acordo com seus objetivos e especificidades doutrinárias.

De modo semelhante, Martino (2016, p. 35) afirma que “a mídia [...] não tem “efeitos” sobre as práticas religiosas, sobre as igrejas e denominações. Elas se encaixam em uma trama muito mais complexa”. “Estar” simplesmente na mídia não significa desde já uma prática midiaticizada. “A midiaticização tem início no momento em que as mídias [...] tornam-se parte das atividades individuais e institucionais. Quando processos sociais assumem novas configurações, ganhando outras formas e contornos, aí se pode pensar em termos de midiaticização” (Martino, 2016, p. 36-37).

Os estudos que tratam sobre mídia e religião, ainda que não se refiram diretamente ao conceito de midiaticização, têm demonstrado que práticas religiosas e a própria religião se reelaboram nas relações que estabelecem com o midiático. Isto já havia sido notado em textos sobre o que se nomeou como “igreja eletrônica” (Martín-Barbero, 1995; Barka, 2000). Este conceito foi empregado principalmente no contexto norte-americano e diz respeito às ações dos chamados televangelistas (líderes religiosos que tinham a televisão como veículo preferencial), entre as décadas de 50 e 80. Neste período, representantes do mundo protestante como Pat Robertson, Oral Roberts, Jerry Falwell e Rex Humbard, comandaram programas de sucesso na tevê americana que se expandiram, inclusive, para outros continentes. De acordo com Schultze,

*os principais ‘ministérios’ na televisão dos Estados Unidos são: (i) financiados pelas doações dos espectadores, (ii) organizados em torno de uma personalidade, (iii) autenticados pelas experiências que provocam, (iv) usam técnicas refinadas, (v) são concebidos para divertir e, (vi) marcados pelo espírito de conquista (Schultze apud Barka, 2000, p. 31, tradução livre do original).*

Martín-Barbero (1995), ao empregar a expressão no contexto latino-americano, sustenta que as religiões

encontraram na mídia um modo de se remagicizar. Para este autor, a “igreja eletrônica” vai além da ampliação do alcance do sermão religioso, passando a se tornar “uma mediação fundamental da experiência religiosa. É dizer, o meio não é simplesmente uma ajuda para amplificar a voz, mas que é um elemento importante, um elemento fundamental do contato religioso, da celebração religiosa, da experiência religiosa” (Martín-Barbero, 1995, p. 6, tradução livre do original).

Trabalhando com o conceito de mediação de Martín-Barbero, Cunha (2016) elabora um panorama das transformações e desafios das pesquisas em mídia e religião no Brasil nos anos 2010. Para tanto, divide as suas observações em dois grupos: (i) a mediação do religioso na comunicação religiosa e não religiosa; (ii) as mediações comunicacionais da religião.

(i) *A mediação do religioso na comunicação.* Na comunicação religiosa se dá por meio da inserção das instituições religiosas na mídia e formação de impérios midiáticos. Nas décadas de 70 e 80 o foco era o arrependimento dos pecados e conversão. Hoje, este tipo de conteúdo divide espaço com entretenimento, músicas, games e novelas. Já na comunicação não-religiosa diz respeito à presença do religioso em produções que não são se identificam abertamente como religiosas. Exemplos: coberturas jornalísticas, filmes, quadrinhos, etc.

(ii) *As mediações comunicacionais da religião.* Cunha (2016, p. 8) afirma que o processo de midiaticização das religiões no Brasil caracteriza-se por quatro aspectos:

(I) A emergência das igrejas midiáticas: centralizam nas mídias o seu “projeto pastoral” de modo que é comum encontrar nos próprios espaços de cultos equipamentos de som sofisticados, telões, sistemas de transmissão de conteúdos via web, etc.

(II) O acesso ao sagrado pelo mercado das mídias: explode um mercado de consumo de produtos religiosos. A década de 90 constitui o marco desse fenômeno devido à atuação do movimento musical gospel.

(III) A consolidação da religião do espetáculo: cultos e missas passam a incorporar em sua liturgia sucessos do mercado fonográfico religioso. Criam-se celebridades do mundo religioso. Nos programas religiosos de tevê destaca-se o visual moderno e despojado. Busca-se passar a ideia, principalmente no segmento evangélico, de que “não é porque se tem fé se deve distanciar da moda, da tecnologia, da diversão” (Cunha, 2016, p. 13).

(IV) O advento da religião digital: a popularização da internet e a possibilidade do receptor tornar-se também emissor na mídia provocou mudanças na

interface igrejas-mídia. Quatro elementos caracterizam a “religião digital”. (i) maior articulação e tensões entre grupos religiosos pela criação de redes e maior contato entre diferentes grupos. (ii) as lideranças religiosas não podem controlar publicamente a doutrina e símbolos da forma como antes faziam. (iii) crescimento de espaços no ambiente digital dedicados ao entretenimento e ao humor com base em conteúdos religiosos, muitos deles produzidos por não religiosos, o que por vezes provoca incômodos nas instituições e lideranças. (iv) visibilidade dos fiéis não vinculados institucionalmente, os chamados “sem igreja”.

Este último eixo se relaciona diretamente ao nosso trabalho, que compreende a análise de um grupo de WhatsApp criado e mantido por leigos. Trabalhos em perspectiva próxima à nossa foram desenvolvidos por Sbardelotto (2014) e Flores e Silva (2015), que analisaram iniciativas de fiéis católicos em ambiente digital (Sbardelotto: páginas do facebook Diversidade Católica e Catecismo da Igreja Católica; Flores e Silva: blog O Catequista). Em comum, os estudos sugerem que os espaços desenvolvidos por leigos constituem lugares de intensa experimentação em que a doutrina católica ganha contornos particulares a partir dos objetivos interacionais dos sujeitos e do modo como a linguagem das plataformas é apropriada, aspectos que também identificamos em nossa pesquisa.

Estas observações referentes a manifestações da religião/religiosidade na web sugerem que com a tecnologia digital houve uma agudização do processo de mídiatização da sociedade. Gomes (2011) chega a sustentar que estamos em um novo estágio da humanidade, a *cibersfera*. As práticas mídiatizadas são expressões de uma nova “ambiência”, um novo paradigma que “transforma a existência da humanidade” (Gomes, 2011, p. 1).

*Isso é tão imperioso que a posição, já revolucionária, do palco à plateia, perde o seu sentido e é superada. Agora há um teatro de arena, onde não mais se pode falar de palco e plateia, pois é impossível pensar uma realidade sem palco, uma vez que ele tomou tudo. [...] Se um aspecto ou fato não é mídiatizado, ele parece não existir. Aceitar a mídiatização como um novo modo de ser no mundo coloca-nos numa nova ambiência que, se bem tenha fundamento no processo desenvolvido até aqui, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal (Gomes, 2010, p. 163, grifo do autor).*

A prece que se fazia na casa ou na igreja, sozinho, ou com familiares e amigos, não só é compartilhada no WhatsApp, mas também é feita nesse espaço conjuntamente e simultaneamente com conhecidos e desconhecidos que ao explorar as potencialidades do aplicativo descobrem novas maneiras de “rezar junto”. Nesta ambiência em que as fronteiras entre palco e plateia se diluem as experimentações feitas pelos atores sociais levam à constituição de novos “papéis”. É neste contexto gerado pela e na mídiatização que padres são alçados a celebridades e fiéis adquirem protagonismo crescente na internet, de modo a se tornarem referências em assuntos que dizem respeito a questões religiosas.

Ao estudar as transformações do religioso na contemporaneidade urge considerar hoje o protagonismo assumido pelos fiéis na rede, bem como as (possíveis) implicações para as instituições religiosas. Inserindo-nos nesta perspectiva, escolhemos como objeto de estudo as interações no grupo de WhatsApp Jesus Misericordioso, que não só teve como mentor um leigo, mas se mantém pela participação de vários fiéis não sendo, portanto, revestido de caráter de oficialidade por parte da Igreja Católica.

Este ator não especialista que produz conteúdo midiático sobre um tema e ganha reconhecimento de uma comunidade é analisado por Flichy (2010) e Keen (2009) por meio do termo “amador”. Este se situa em um lugar entre o especialista e o ignorante em um determinado assunto. Trata-se de alguém que desenvolve uma competência não oficializada, ou seja, não atestada por uma instituição.

Keen (2009) faz dura crítica aos amadores, uma vez que estes tenderiam a substituir os especialistas. Troca-se o conhecimento de quem recebeu uma formação oficial por saberes adquiridos pelo interesse espontâneo e contínuo de pessoas comuns. Já Flichy (2010) adota postura mais ponderada, apontando que é pouco produtivo se pensar por uma chave interpretativa que opõe amadores a especialistas. É mais interessante ver como os amadores constituem um ponto intermediário a partir da aquisição de habilidades/saberes que podem, inclusive, aproximá-los dos especialistas de modo a desenvolverem uma visão crítica sobre o que é feito por eles.

A despeito das distintas visões, há um ponto em que se aproximam. Ambos reconhecem que os especialistas são mais “controlados” e os amadores mais “livres”. Keen (2009, p. 51) vê na regulação das atividades do especialista o benefício da segurança. Flichy (2010, p.

22), por sua vez, vê na autonomia do amador um estímulo às experimentações criativas. Além disso, muitas vezes os amadores recebem suporte de outros parceiros que com eles formam “comunidades de aprendizagem” onde colaboram uns com os outros.

Algumas destas “marcas” das ações comumente associadas aos amadores podem ser percebidas tanto nas interações que ocorrem diariamente no grupo de orações quanto no seu processo de constituição. Antes, porém, é necessário tratar dos procedimentos metodológicos que lançamos mão para tratar deste objeto.

## Metodologia: levantando indícios a partir da etnometodologia virtual

Para Braga (2008), o campo acadêmico da Comunicação cada vez mais tem se valido dos estudos de caso para produção de conhecimento. Isso decorre do fato da Comunicação não ser uma disciplina normotética, ou seja, com preocupação em determinar grandes regularidades de modo a produzir leis que expliquem fenômenos do mundo. Com isso não se quer dizer que nos estudos de caso a preocupação em mapear regularidades desapareça, mas sim que as singularidades ganham importância.

Ao aliar a pesquisa de vários fenômenos e o rigor científico a partir de realidades concretas, os estudos de caso mostram-se produtivos uma vez que esta ciência ainda está em “desentranhamento”, sendo um de seus desafios justamente o de se chegar a questões propriamente comunicacionais. Assim, parte-se de observáveis e perguntas específicas para se produzir abstrações que permitem tensionamentos e aproximações que enriquecem a área contribuindo para a sua consolidação (Braga, 2008, p. 75-76).

Esta investigação, embora trabalhe com uma realidade delimitada, pode ensejar inferências gerais e tensionamentos de perspectivas já existentes no âmbito das pesquisas sobre amadores e mediação da religião. É importante não perder de vista a questão de investigação e a problemática de área em que ela se insere a fim de se evitar dois riscos comuns aos estudos de caso: a “dispersão”, que faz com que os estudos percam a conexão entre si, e o “empirismo”, que significa se limitar ao descritivo. Há ainda dois riscos adicionais: o da “derivação centrífuga” (teorias de áreas vizinhas “engolem” o trabalho) e o “apriorismo” (o caso só serve para comprovar uma determinada teoria) (Braga, 2008, p. 77).

Diante dos observáveis, todo pesquisador questiona o que selecionar, o que observar e o que descartar. Nesta investigação seria impossível analisar detalhadamente todas as mensagens publicadas no grupo de WhatsApp, visto que apenas nos sete dias selecionados 1852 mensagens foram publicadas. É fundamental que tenhamos por norte o nosso “problema”, bem como atentarmos-nos às “estruturas e processos próprios do objeto ou situação” e cotejar com “o conhecimento disponível sobre o tipo de objeto e sobre os âmbitos em que este se processa” (Braga, 2008, p. 80).

Assim, partimos da nossa questão, das formulações sobre “mídiação da religião” e “os amadores” para nos atentarmos às processualidades próprias que se fazem presentes no grupo de orações. O fato de se constituir uma comunidade interacional em ambiente digital nos levou a buscar na etnometodologia virtual (Hine, 2015; Polivanov, 2013) procedimentos que contemplassem as especificidades do objeto de estudo, permitindo-nos avançar na sua compreensão. Em revisão bibliográfica sobre etnografia virtual, Polivanov (2013) afirma que os autores deste campo de estudos têm diferenciado dois tipos de postura que um pesquisador pode assumir ao se inserir em um grupo online e que dizem respeito ao seu grau de engajamento nas atividades que lá ocorrem: o *lurker* e o *insider*.

O *lurker* pode ou não se identificar no ambiente e procura observar o grupo “objetivando interferir o mínimo possível em suas práticas cotidianas [...]”. Tal prática seria característica do ciberespaço e através dela o ator não se manifesta, apenas dedicando-se à observação do comportamento dos outros” (Polivanov, 2013, p. 63). Já o *insider* se identifica como também participa de maneira efetiva, interagindo com os demais membros que lá se encontram.

Neste trabalho preferimos adotar a postura *lurker*. O primeiro contato com o grupo de WhatsApp se deu por intermédio de uma pessoa próxima ao pesquisador, que solicitou a um dos administradores que o adicionasse nesse espaço, o que ocorreu no dia 9 de maio de 2016. Embora haja membros de diversas cidades, a maior parte deles é proveniente de Itáuna (MG), cidade natal do criador do grupo e também deste pesquisador. O fato de não ser alguém “totalmente estranho” aos demais membros pode ter facilitado a inclusão no espaço. Em um primeiro momento, optou-se por não se apresentar como pesquisador, uma vez que quando deste contato inicial ainda não se sabia se a pesquisa seria efetivamente realizada. Além disso,

segundo Polivanov (2013, p. 64), “tal comportamento pode se mostrar bastante útil como, por exemplo, quando um ator é novo em determinado ambiente e pretende apreender suas dinâmicas de funcionamento, valores e regras sociais antes de se manifestar”.

Era preciso conhecer os modos de funcionamento habituais daquele ambiente até mesmo para se perceber se haveria alguma modificação quando da posterior identificação da proposta de pesquisa, o que não ocorreu. Assim, após observações iniciais que sugeriram a proficuidade do objeto para nossos interesses acadêmicos o administrador do grupo foi contatado. A ele foram explicados os objetivos da investigação e foi solicitada a utilização dos dados a serem recolhidos na análise. Com sua anuência, a proposta da pesquisa foi apresentada no grupo. Não houve qualquer oposição dos participantes. Pelo contrário, alguns se dispuseram a auxiliar, colocando-se à disposição para consultas.

Desse modo, foram acompanhadas de forma contínua as mensagens enviadas durante sete dias (06/06 a 12/06). Nesse período, registraram-se as interações por meio de capturas diárias de tela e de um diário de campo, no qual eram anotados dados considerados mais relevantes, bem como impressões pontuais. Lançando mão de procedimentos típicos da etnometodologia (observação contínua, diário) seguimos as indicações sugeridas por Braga (2008), referentes à produção de conhecimento nos estudos de caso, a saber: “(i) levantar indícios; (ii) decidir de sua relevância para o objeto e para a pergunta da pesquisa; e (iii) articular conjuntos de indícios derivando, daí, inferências sobre o fenômeno” (Braga, 2008, p. 80). A partir dos indícios e inferências pontuais da pesquisa de campo, procurou-se, para fins de sistematização, articular e constituir grupos de inferências abrangentes a partir dos eixos observacionais que o objeto revelou.

Antes, porém, é necessário tratar brevemente da história do grupo de WhatsApp Jesus Misericordioso, demanda que surgiu quando as análises preliminares foram feitas. Neste caso, empregamos outro recurso da etnometodologia: a entrevista. De acordo com Hine (2015,

p. 78), as entrevistas nos permitem aprofundar pontos que surgiram no decorrer da investigação e que a simples observação não conseguiria dar conta.

## O grupo de WhatsApp Jesus Misericordioso

O grupo foi criado em 12 de maio de 2014 por G.G.R.<sup>5</sup> A ideia lhe ocorreu durante uma oração

*No meio dessa oração veio uma pergunta muito forte no meu coração: G., você tem tanto grupo no seu WhatsApp por que não cria um grupo de oração pelo WhatsApp? Eu frequentei grupo de oração<sup>6</sup> por muitos anos. [...] “Brincando” criei o grupo e na época eu coloquei eu, a A., e mais uma pessoa. [...] a gente tinha um acordo de que só poderia falar nesse grupo assuntos da igreja: oração, pedido de oração, qualquer assunto voltado para a Igreja Católica. [...] O intuito do grupo é conseguir levar a cada dia a palavra de Deus de uma forma digital, uma forma tecnológica. Porque a gente vê tudo acontecendo pelo celular, tudo pelo WhatsApp hoje... (G.G.R., 2016, grifos nossos).*

Na narrativa sobre as origens do grupo de oração chama a atenção a expressão “a gente vê tudo acontecendo pelo celular”, que corrobora o que Gomes (2016) fala sobre a nova ambiência. A mídia deixa de ser percebida como mero aparato por onde simplesmente trafegam mensagens que vão de um ponto a outro. As mídias digitais parecem mostrar, de maneira mais evidente aos sujeitos, que pensar o midiático hoje implica considerar uma nova forma de inserção dos seres no mundo, um espaço em que se habita, por onde a vida transcorre. Outro aspecto interessante é que a identidade religiosa do grupo leva os membros a operações típicas das instituições religiosas, estabelecendo regras e limites.

<sup>5</sup> As informações sobre a história do grupo foram fornecidas pelo seu idealizador a partir de entrevista realizada em 27/12/2016. Um termo de consentimento livre e esclarecido foi assinado por ele e por este pesquisador. Nele, autoriza-se a utilização do conteúdo da conversa e das mensagens publicadas no grupo no mês de junho de 2016 para fins de divulgação científica. O pesquisador se comprometeu a preservar o anonimato dos sujeitos.

<sup>6</sup> No Brasil, geralmente são ligados à Renovação Carismática Católica (RCC). Os grupos de oração funcionam a partir de um pequeno conjunto de leigos que se reúnem para fazerem orações, ouvirem pregações e cantarem louvores. Alguns grupos também realizam ações sociais, além de convidarem padres para os encontros. São subordinados à paróquia e à diocese locais (Renovação Carismática Católica do Brasil, s.d.).

Posteriormente, outras pessoas foram adicionadas. Quando se ultrapassou a marca de 50 integrantes surgiu a demanda por um nome. Uma votação foi feita no grupo, tendo como título vencedor “Jesus Misericordioso”<sup>7</sup>. Posteriormente, G.G.R. comprou uma imagem Jesus Misericordioso com o objetivo de fazê-la “peregrinar” nas casas das pessoas do grupo. No início ele mesmo levava e buscava a imagem. Depois de algum tempo, decidiu-se que os próprios participantes que a recebessem deveriam entregá-la ao próximo membro conforme orientações dos administradores. Além de incentivar as famílias a rezarem, a medida visava fazer com que as pessoas do grupo se conhecessem pessoalmente.

O crescimento contínuo do número de membros gerou dificuldades para o administrador, o que fez com que ele convidasse mais quatro pessoas para dividir a função. Quando alguma mensagem destoava dos propósitos do grupo eles intervinham. Segundo o entrevistado, o objetivo inicial (“levar a cada dia a palavra de Deus de uma forma digital”) foi alcançado. Outros três projetos estavam em andamento quando a entrevista foi feita: (i) criar um novo grupo apenas com os mais atuantes e excluir este, já que havia membros que pouco se manifestavam. Um estatuto seria elaborado, a fim de especificar o que é permitido no espaço; (ii) fazer reuniões presenciais; (iii) desenvolver ações sociais.

As mudanças visavam preservar a identidade do grupo e não permitir que ele viesse a cair na monotonia e “esfriasse”. Na data da entrevista, o grupo contava com aproximadamente cem pessoas. Até aquele momento os administradores não haviam realizado contato com a diocese local. Isto seria feito após a primeira reunião presencial. Assim, a despeito das experimentações feitas no grupo de *WhatsApp*, as práticas físicas sobrepõem-se em relação às digitais. O digital parece necessitar do físico para se legitimar, não somente perante a Igreja Católica, como se depreende da conversa, mas também entre os próprios membros, como se verá no item seguinte.

Conforme foi dito anteriormente, optou-se por agrupar os diversos indícios e inferências pontuais a partir de grupos de inferências mais abrangentes que dizem respeito aos tipos de interação que foram percebidos. No momento da conclusão eles serão retomados em conjunto.

## O grupo como espaço de convivência

“Bom dia para todos! Que o Espírito Santo nos ilumine e nos abençoe a cada dia!”, “Um bom e abençoado dia a todas as pessoas deste grupo tão querido”. Mensagens como estas são enviadas todas as manhãs no grupo de orações pelo *WhatsApp* Jesus Misericordioso. Vez ou outra são sucedidas ou antecedidas por outras contendo o evangelho do dia e uma pregação extraída de algum site católico. Algumas das mensagens vêm somente em forma de texto, já outras contêm imagens com paisagens, ícones católicos (Figura 1) ou ainda personagens do mundo entretenimento (Figura 2).

Nas imagens dois pontos chamaram nossa atenção<sup>8</sup>: (i) ambas foram produzidas e veiculadas em outros espaços anteriormente (na primeira há identificação de um site e na segunda de uma página do facebook); (ii) na segunda se associa um personagem do mundo do entretenimento (Snoopy) a um enunciado informal que se reveste de caráter religioso.

Em relação ao primeiro ponto, notamos que no grupo há intensa “circulação intermediática”, uma vez que parte significativa dos conteúdos lá publicados foi originariamente produzida e veiculada em outros espaços, de modo que ao serem veiculados em novos contextos são resignificados pelos indivíduos a partir de necessidades pontuais. É preciso salientar que na perspectiva em que nos situamos a circulação é pensada “como uma complexificação e não mais como um intervalo ou defasagem entre gramáticas de produção e de reconhecimento. A circulação surge onde há troca, isto é, reconhecimento de um valor, onde produção e recepção partilham significantes” (Rosa, 2015, p. 140-141).

Assim, imagens como as que indicamos acima são retomadas pelos sujeitos e resignificadas através das mensagens e reações que as acompanham, nas quais se pede uma bênção ou se deseja um dia abençoado. É nesta circulação que o religioso se conecta com ícones do entretenimento sem que se gere estranhamento no grupo, conforme ocorre com a figura de Snoopy. Pelo contrário, passa a ser parte constituinte das interações pelas quais se (con-)vive nesse espaço.

<sup>7</sup> A devoção a Jesus Misericordioso tem início com as visões místicas da freira polonesa Faustina Kowalska em 1931. A partir das revelações foi criado o terço da Divina Misericórdia (rezado às 15 horas, hora da morte de Jesus na tradição cristã) e uma imagem para ser venerada. A freira foi canonizada em 2000 pelo papa João Paulo II, que também instituiu o segundo domingo de Páscoa para celebração da Festa da Divina Misericórdia.

<sup>8</sup> Tendo em vista que se trata de um trabalho de inspiração etnográfica optamos, em alguns momentos da análise, por utilizar a primeira pessoa do plural, evitando sugerir um posicionamento onisciente e indiferente que a escrita em terceira pessoa poderia sugerir.



**Figura 1.** Saudação no grupo com ícone religioso.  
**Figure 1.** Greetings in the group with religious icon.

Fonte: Grupo de Oração pelo *Whatsapp* Jesus Misericordioso, 11/06/2016.

Outras marcas dessa convivência podem ser percebidas quando se compartilham acontecimentos que fazem parte do dia a dia dos membros. Felicita-se por um aniversário, vai-se à missa, tira-se uma foto e comenta-se sobre a pregação do padre. Uma senhora desesperada pede ajuda para interpretar o exame do filho, uma participante se prontifica a ajudar. Em um dos dias que analisamos alguém envia a imagem de um bebê recém-nascido e agradece as orações do grupo pelo sucesso do parto. Alguns membros respondem com alegria e fazem preces pedindo a Deus que abençoe a criança.

Tais interações acabam por destoar do foco do grupo que, conforme nos revelou o idealizador em entrevista, consiste em fazer orações. Entretanto, carregam consigo significantes que remetem ao religioso. Tal mediação associada ao fato de que mensagens como as mencionadas constituírem marcas de convivência e afeto entre os membros talvez expliquem a ausência de críticas. Em outras situações não há qualquer significante que remeta ao universo religioso. Assim, enviam-se textos de teor motivacional/autoajuda que geram comentários elogiosos dos membros, imagens em tom humorístico ou que tratam de política, estas sim, por vezes geram atritos, levando o grupo a se repensar, o que será tratado posteriormente. Antes trataremos de outro aspecto que caracteriza o grupo: ser fonte de boatos e informações.



**Figura 2.** Saudação no grupo com o personagem Snoopy.  
**Figure 2.** Greetings in the group with the character Snoopy.

Fonte: Grupo de Oração pelo *Whatsapp* Jesus Misericordioso, 11/06/2016.

## O grupo como fonte de informação e boatos

O grupo de orações também atende a uma necessidade informacional. Não raro se pedem informações ou alguém envia um texto, vídeo ou imagem que objetiva informar os demais membros. Podemos subdividir esta modalidade em três temáticas: (i) referentes à Igreja Católica; (ii) a acontecimentos que envolvam membros do grupo ou conhecidos; (iii) assuntos gerais.

(i) Referentes à Igreja Católica: consultas são feitas no grupo sobre horários de missas, reuniões de grupos de oração, encontros católicos, dentre outros, na cidade de Itaúna (MG). De maneira semelhante, os participantes fazem uso do espaço para divulgarem eventos da igreja ou sugerirem programas de TV e rádio católicos.

(ii) Acontecimentos que envolvam membros do grupo ou conhecidos: ocorre quando se procura informar a respeito de (possíveis) acontecimentos relacionados a pessoas da cidade, principalmente quando são próximas de algum membro do grupo. Por vezes ocorrem enganos. No dia 07/06/2016 um participante fala sobre a morte de um conhecido. Alguns membros desmentem, outros corroboram o que foi dito. A discussão persiste por horas. Por fim, chega-se à



conclusão de que a pessoa mencionada não havia falecido e surgem reclamações. Uma senhora conta que o marido chegou a passar mal com a “notícia” e pede mais responsabilidade. Três dias depois outra conversa em tom semelhante. Não há certeza sobre a identidade de alguém que estaria no hospital e teria falecido. Fazem-se conjecturas, liga-se para o velório municipal. O clima de incerteza persiste até que a sobrinha do falecido comunica os horários de velório e enterro e pede orações pelo tio e pela família. A partir desse momento muitos membros passam a fazer orações e expressam tristeza e condolências. Temas como estes costumam gerar comoção. Ocorre também um fluxo intenso de informações e boatos mobilizando alguns participantes a checarem a veracidade do que foi dito. Quando boatos são constatados há irritação e críticas.

(iii) Assuntos gerais. Temáticas não locais também são abordadas. No dia 09/06/2016 foram enviados um texto alertando sobre sintomas de AVC e outro em que se recomenda cuidado ao se colocar objetos perfurantes no lixo. Na entrevista, o criador do grupo nos informou que assuntos relacionados à política e esporte também já se fizeram presentes. Tais conteúdos informativos externos (sem relação com a religião católica) e boatos não são bem apreciados e podem levar à discussão do fato em conversa privada dos administradores com os autores das mensagens e, em casos mais “graves”, a alertas públicos no grupo.

Os indícios apontados nos itens (i) e (ii) nos sugerem que o caráter regional do grupo faz com que as pessoas façam uso dele como fonte de informação local, reforçando, mais uma vez, a visão deste espaço pelos membros enquanto um lugar de convívio. Quanto aos boatos e informações há algo interessante a se observar. Embora enquanto amadores os sujeitos não sigam os procedimentos adotados por um jornalista (o especialista) na sua apuração, notamos um esforço em se averiguar os fatos (liga-se para o velório, pergunta-se em outro grupo) ou em se corrigir imediatamente um boato veiculado ou conteúdo já defasado. Ou seja, recorre-se a uma competência do senso comum pela fórmula “tentativa-e-erro” (Braga, s.d.) até que se chegue a uma solução, neste caso à informação, mais aceitável. Passemos agora às orações.

## E o grupo faz orações

Conforme nos foi revelado pelo seu idealizador, o grupo de orações pelo WhatsApp foi criado para que

os membros pudessem fazer orações uns pelos outros. Quando alguém é adicionado um dos administradores explica publicamente que o objetivo do grupo é “pedir orações e agradecer por graças alcançadas”. Pensando neste aspecto, subdividimos este item em três momentos cronológicos que envolvem esta prática: os pedidos de oração, o retorno/agradecimento e as orações em si.

(i) Pedidos de oração: são os “gatilhos” das orações. Quando alguém faz um pedido há mobilização dos membros. Fazem-se pedidos dos mais diversos: que a situação política do país melhore (vale lembrar que a análise foi feita durante o período em que decorreu o impeachment de Dilma Rousseff), que se ore por uma pessoa que foi assaltada, por alguém que vai fazer uma prova, ou, ainda, que necessita de uma vaga no hospital. A maior parte dos pedidos refere-se a problemas de saúde. Nestas situações, faz-se a oração e os membros perguntam posteriormente se houve melhoras, acompanhando o desenvolvimento do quadro clínico.

(ii) O agradecimento vem em forma de testemunho em texto ou áudio (mais raro). Na narrativa se recupera o problema enfrentado e se agradece pelas orações, enfatizando sua importância para que as preces fossem atendidas.

(iii) Orações: ocorrem de diversas maneiras e multimidiaticamente, valendo-se de textos e imagens. A partir de um pedido de oração por alguém doente no hospital, por exemplo, foi enviada a imagem de Jesus acompanhando uma cirurgia juntamente com uma prece em texto escrito pelo integrante (Figura 3). Em outras situações as imagens publicadas se assemelham às correntes (Figura 4).

O exemplo da Figura 4 remete a uma tradição entre fiéis católicos no Brasil de se guardar o pão que se recebe nas festividades litúrgicas de Santo Antônio em casa junto aos alimentos (normalmente o arroz e a farinha) a fim de se ter fartura por todo ano. Neste caso, a tradição se transforma em corrente e o pão se desmaterializa, bastando que seja recebido no aplicativo para que se obtenha a benção. A ação de cuidar e guardar aquilo que se recebe (o pão) deixa de existir e se substitui pela de fazê-lo circular. A benção que partia de uma iniciativa institucional e se estendia para toda a família agora decorre a partir de uma ação dos próprios fiéis, que fazem circular a benção instantaneamente de maneira individualizada (trazida para o perfil de quem recebe a imagem) e em uma temporalidade que difere da religiosa, visto que a distribuição do pão físico ocorre apenas em datas específicas.

Há outros tipos de oração que se fazem no grupo com frequência (Figura 5), tais como: a ave-maria em



**Figura 3.** Oração de cura.  
**Figure 3.** Healing pray.

Fonte: Grupo de Oração pelo *WhatsApp* Jesus Misericordioso, 10/06/2016.

forma de jogral (1), orações síntese (2), as orações espontâneas (3) e a hora da misericórdia (4)<sup>9</sup>.

A despeito de suas especificidades, podemos compreender os quatro tipos de orações no grupo, além dos já citados, como tentativas de se construir modos de orar pelo *WhatsApp*. Para Braga (2012), a comunicação é por excelência tentativa. Elaboramos criativamente códigos e dispositivos interacionais e os ajustamos de acordo com as necessidades e desejos que temos. A sociedade em vias de midiatização favorece as experimentações. “Mesmo dispositivos mais ancorados na tradição [a religião, por exemplo] se diversificam em novas experiências, no contexto da midiatização social” (Braga, 2012, p. 3).

O que encontramos nas orações são tentativas pelas quais se procura constituir modos de contato com o sagrado e com os demais sujeitos que compartilham

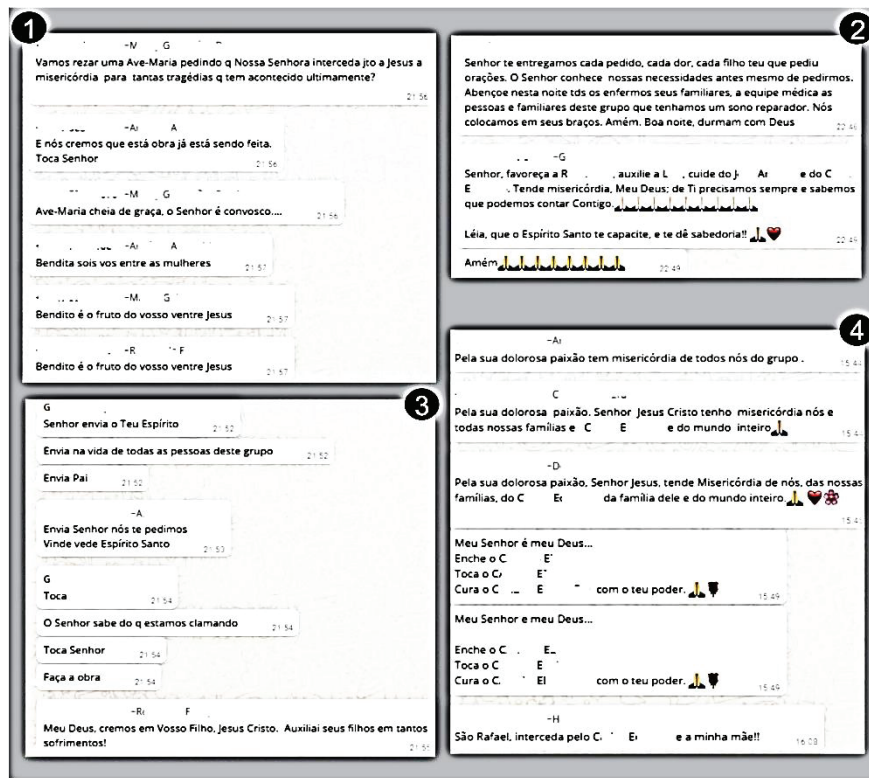


**Figura 4.** Oração no formato de corrente.  
**Figure 4.** Pray in chain's format.

Fonte: Grupo de Oração pelo *Whatsapp* Jesus Misericordioso, 06/06/2016.

este mesmo anseio em um dispositivo interacional que possui gramáticas distintas daquelas nas quais as orações foram originalmente elaboradas. Assim, espontaneamente, conforme informado na entrevista, surge a ave-maria no formato de jogral. Cria-se a “hora da misericórdia”, uma marca do grupo segundo o idealizador, em que os pedidos feitos no dia são articulados às preces em vez de virem em bloco no início ou final do terço, como habitualmente se faz na oração presencial. Outros preferem fazer orações espontâneas, ou seja, elaboradas por eles mesmos de maneira criativa, em vez de repetirem alguma já existente. Dentre os últimos há os que fazem orações que denominamos “sínteses”, uma vez que nelas o fiel elenca os diversos pedidos feitos no dia em uma só prece. Estas ocorrem com frequência à noite, a razão pode ser o fato de muitos integrantes estarem trabalhando durante o dia. Tais práticas religiosas ocorrem em um ambiente marcado pela aceleração e fragmentação em que a reza por vezes é atravessada por um vídeo ou texto que em algumas situações chega a interromper o desenvolvimento da atividade.

<sup>9</sup> Baseia-se no terço da misericórdia, o qual conta com estrutura semelhante ao mariano, mais conhecido, mudando-se apenas as preces feitas no lugar do Pai Nosso e das Ave-Marias (Canção Nova, [s.d.]).



**Figura 5.** Outros tipos orações no grupo.  
**Figure 5.** Other kinds of prays in the group.

Fonte: Grupo de Oração pelo *WhatsApp* Jesus Misericordioso.

A questão que retomamos aqui é: que religiosidade se constrói aí? Ou seja, o que caracteriza esta nova experiência religiosa em que as tradicionais gramáticas do religioso se articulam com aquelas típicas das novas mídias? Como a vivência do espaço e tempo, fundamentais para se pensar o fenômeno (Eliade, s.d.), se vê reconfigurada? Voltaremos a estes pontos posteriormente. Antes, porém, é preciso salientar que nem tudo o que se passa no grupo é bem aceito pelos membros, incluindo alguns tipos de oração, o que resulta em momentos em que o grupo reflete sobre si e faz ajustes.

## O grupo se pensa

Atritos pontuais, como os já exemplificados, ocorrem com certa frequência, mas parecem ficar restritos a uma resolução privada entre um membro e outro e os administradores. Entretanto, no dia 09/06/2016 presenciamos um momento distinto em que, a partir de

uma publicação do fundador do grupo, vários integrantes debateram e sugeriram soluções. À noite G.G.R. enviou uma mensagem em que relatava que durante o dia foi contatado por alguns participantes com reclamações. Destacamos alguns trechos.

*[...] Criamos este grupo para ser ferramenta de oração e de assuntos voltados da nossa igreja. E estou percebendo que está virando um grupo comum. Não é este o objetivo. Desculpem, mas já vi, [...] por causa da força de oração deste grupo acontecer milagres, muitos irão confirmar: já vimos cura, libertação, reconstrução de lares [...] Por favor se não querem participar de um grupo onde somente tem que ser falado sobre oração, Cristo e Maria, por favor saiam. [...] Quem concorda comigo que este grupo é ungido e que é exclusivo para oração e milagre, levante a mão? (G.G.R., grupo de orações pelo WhatsApp, 09/06/2016).*

Na sequência ele cita os nomes de alguns participantes e pede que estas pessoas se manifestem. Vários membros, inclusive aqueles que raramente enviam mensagens, participam. Criticam-se: conteúdos não relacionados ao objetivo do grupo (principalmente humor), o comportamento de se copiar e colar orações feitas por outros integrantes, alguém reclama que pediu orações e poucos se manifestaram. Em resposta algumas considerações são feitas: argumenta-se que muitas pessoas têm dificuldade de usar o aplicativo e que a presença de mensagens que desviam do tema é algo que acontece “em todo grupo de WhatsApp”, mas concorda-se que se deve ter mais cuidado; alguns falam que pouco se manifestam, porém rezam diariamente pelos que pedem.

Este momento agonístico revela que o grupo de orações pelo WhatsApp enquanto dispositivo interacional ainda não está plenamente estabilizado. Como nos diz Braga (2012, p. 7), “os dispositivos são selecionados na prática social, e se adaptam sucessivamente [...] por um processo de tipo darwinista: o que se ajusta melhor a um espectro mais amplo de situações aumenta sua chance de replicação e manutenção”. Assim, procura-se chegar a um consenso sobre o modo como o WhatsApp pode ser utilizado em acordo com os fins para os quais o grupo foi criado, recomendando-se, inclusive, parcimônia com alguns comportamentos que, embora indesejados, fazem parte das “gramáticas” deste aplicativo.

Em relação às orações copiadas a inferência que fazemos é de que a temporalidade acelerada do aplicativo e suas especificidades (a intensa replicação e transmissão de conteúdos) por divergirem da temporalidade e dinâmicas interacionais próprias da religião, parecem despertar questionamentos quanto à realização ou não de tais orações ou se se trataria apenas de um mecanismo formal pelo qual um participante procura mostrar-se ativo no grupo.

## Considerações Finais

Este trabalho permitiu-nos compreender algumas facetas das transformações do religioso na contemporaneidade, especialmente aquelas relacionadas à mídia. Nesta ambiência em que os dispositivos móveis e seus múltiplos aplicativos se fazem onipresentes no cotidiano novas formas de interação são elaboradas criativamente pelos sujeitos para atender os mais diversos fins, inclusive religiosos. Assim, por meio das experimentações, a linguagem que constitui mediação necessária enquanto prática de sentido das experiências religiosas se reconfigura, levantando também a

transformações na vivência do tempo e do espaço que historicamente caracterizaram a religião.

Mircea Eliade (s.d.) reflete que a experiência religiosa implica uma cisão entre o Sagrado e o Profano nos âmbitos espacial e temporal. Assim, constituem-se espaços privilegiados para o encontro com o Sagrado, como templos e santuários. De modo semelhante, “o tempo não é para o homem religioso nem homogêneo nem contínuo” (Eliade, s.d., p. 82). Existem as festas, os dias consagrados em que rituais são realizados por um conjunto de autoridades/especialistas do mundo religioso que ditam seu modo de funcionamento. Tais rituais mediam a passagem de um tempo a outro. Ainda segundo este autor, verifica-se também uma hierarquização em que o relacionado ao Sagrado se apresenta como qualitativamente superior ao Profano. O objeto analisado sugere algumas transformações.

Do processo de midiatização em curso emergem operações sócio-técnico-discursivas que levam sujeitos e instituições a novos arranjos, transformando o mundo que habitam e os sentidos que produzem sobre ele. Os “amadores” compõem um ambiente em que se procura tentativamente construir coletivamente novas formas de experiência com o Sagrado. O caráter coletivo, abordado por Flichy (2010), quando trata da “comunidade de aprendizagem”, se verifica nos ajustes pontuais que são feitos a partir dos momentos de discussão em que o “grupo se pensa”.

Articulando este conceito de Flichy (2010) e à ideia de Braga (2012) de que a comunicação é por excelência tentativa, poderíamos dizer que o grupo se constitui como uma “comunidade de aprendizagem tentativa”. Com isso queremos dizer que se trata de um ambiente de cooperação e aprendizagem mútua em que os sujeitos vão, por meio dos desacordos e acordos que se geram nas suas experimentações interacionais, chegando a consensos pontuais que criam condições para a institucionalização da comunidade. O que permanece como ponto de orientação é a doutrina católica, o que é perceptível no cuidado que se tem em não se afastar dos preceitos da igreja. Assim, a chave de leitura de Keen (2009), que opõe amadores e especialistas, parece não dar conta da problemática. Os sujeitos envolvidos no grupo de oração Jesus Misericordioso não só reforçam seu vínculo à igreja, como expressam desejo de aproximação. Não obstante, como amadores, não abrem mão das experimentações. É nelas que o religioso se reconfigura a partir do midiático.

O entretenimento que, no contexto brasileiro, já se fazia presente nas produções midiáticas de instituições

religiosas desde a década de 80 (Martino, 2016, p. 155), integra-se às múltiplas mensagens enviadas seja pela referência a um ícone deste universo, como Snoopy, incorporado a uma publicação revestida de caráter religioso, ou mesmo pela publicação de conteúdos (humor, futebol, política, etc.) que escapam aos objetivos do grupo pela sua não vinculação com a doutrina católica, mas que, conforme dito pelos próprios membros, constituem algo comum em grupos de WhatsApp.

Isto é um indicativo de uma concessão do Sagrado ao Profano, feita a partir das negociações entre os sujeitos, como observado quando do surgimento de tensões. Ou seja, a midiaticização não se trata somente de uma assimilação de “lógicas das mídias” pela sociedade, mas envolve trocas, apropriações e adaptações por parte daqueles envolvidos nas situações de comunicação.

Esta aproximação entre os dois planos se dá também quando focamos na problemática do espaço e tempo religiosos. Vivenciar o Sagrado sugere um afastamento em relação ao que é próprio da vida ordinária. O tempo dos rituais, das orações e demais práticas religiosas leva a uma desconexão, ainda que momentânea, com o fluxo temporal das demais experiências do mundo do trabalho, do lazer, da casa. Quando da incorporação da linguagem do WhatsApp pelos sujeitos as preces passam a ser realizadas em temporalidade acelerada e de modo fragmentado, por vezes tendo sua sequência interrompida por conteúdos que entram em circulação. Ocorre, portanto, um (des) encontro de temporalidades em que a vivência temporal religiosa se faz pela mediação da temporalidade midiática.

No tocante ao espaço, se antes a experiência pública do sagrado em comunidade implicava uma preparação do corpo para se dirigir a um local de encontro dos fiéis, ao integrar os ambientes digitais a comunidade religiosa passa a se fazer onipresente, mas em múltiplas temporalidades (simultânea ou não). A experiência comunitária religiosa passa a estar acessível a qualquer momento e lugar, bastando apenas o aparato tecnológico e conexão com a internet. A noção de espaço religioso se expande, mas, para tanto, cede a atravessamentos do profano. Isso, porém, não significa que o físico perde a sua importância ou passa a ser submisso ao virtual. Há, na verdade, uma relação de contiguidade em que a vivência do físico se reelabora, seja pelo surgimento ou reforço de ritualidades, como a de fazer a imagem de Jesus Misericordioso “peregrinar” nas casas dos membros do grupo, ou pelo

compartilhamento de relatos sobre uma missa ou encontro que se participou, muitas vezes repletos de fotos e vídeos que “autenticam” a experiência perante a comunidade.

O modo como o religioso se configura no WhatsApp nos faz retomar analogicamente um texto de Fausto Neto (2004). Ao analisar programas televisivos católicos e de denominações evangélicas pentecostais o autor identifica uma série de “estratégias de contato”, pelas quais os apresentadores (padres, pastores) sugeriam aos espectadores maneiras de se portar diante do aparelho televisivo que envolviam o toque/ o corpo para realização de práticas religiosas. Pedia-se, por exemplo, que se levantasse a mão ou que a colocasse em alguma parte do corpo para uma bênção. O contrato do templo dá lugar, no âmbito da religiosidade televisiva, a uma “religião do contato” (Fausto Neto, 2004). No grupo de oração pelo WhatsApp os processos interacionais passam a configurar uma religiosidade que opera pela lógica do efeito de presença<sup>10</sup>.

Desse modo, elaboram-se criativamente modos de rezar que envolvem a participação de diversos membros, como a “ave-maria em forma de jogral” e a “hora da misericórdia”. Nesse contexto, a pouca participação torna-se motivo de suspeita de que os pedidos de orações não foram “ouvidos” ou ponto a se considerar quando da escolha dos integrantes de um novo grupo. Não basta ouvir, é necessário indicar que isto é feito. A religiosidade que se constrói em um grupo de oração pelo WhatsApp demanda que a presença se efetue por meio de enunciados que ao entrarem em circulação põem o grupo em funcionamento. Esta é uma pista interpretativa que pretendemos seguir em outros estudos e que podem ajudar, inclusive, na compreensão do funcionamento de grupos de WhatsApp voltados para outros temas.

Por fim, uma última observação. Iniciativas como estas colocam desafios tanto para as instituições religiosas quanto para os amadores engajados nas experimentações. Para elas, trata-se, em primeiro lugar, de compreender e oferecer soluções no plano das suas gramáticas particulares para as práticas emergentes e também de acompanhá-las em sua dinamicidade. Para os leigos se trata do descobrimento de uma nova forma convívio religioso que passa por múltiplas negociações que levam em conta tanto as especificidades do ambiente quanto os (des)acordos doutrinários. As tensões, os ajustes, a consolidação de determinadas práticas em detrimento de

<sup>10</sup> Destacamos novamente a contribuição da Dra. Ana Sílvia Davi Médola (UNESP) e do Ms. Bruno Jareta de Oliveira (UNESP) que enfatizaram a importância deste aspecto para as práticas interacionais que ocorrem no grupo.

outras, a proposta de criação de um novo grupo, revelam que a estabilização deste dispositivo interacional, embora tentativamente apareça no horizonte, ainda não é uma realidade. Para nós também, enquanto pesquisadores, o desafio é acompanhar os desenvolvimentos deste e de outros fenômenos que expressam a transformação do religioso na contemporaneidade na sua relação com a mídia.

## Referências

- BARKA, M.B. 2000. Religion et nouvelles technologies de la communication de masse : l'exemple de l'Église électronique. *Fac Réflexion*, França, (53):30-40.
- BRAGA, J.L. [s.d.]. O Senso Comum e a Comunicação. Artigo acadêmico inédito disponibilizado em Seminário Interno da Unisinos. Previsão de publicação em livro organizado pelo PPG em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.
- BRAGA, J.L. 2015. Lógicas da mídia, Lógicas de mediação? In: N.R. ANSELMINO; A. FAUSTO NETO; I.L. GINDIN (orgs.), *Relatos de investigaciones sobre mediaciones*. Rosario, UNR Editora, p. 15-32.
- BRAGA, J.L. 2012. Uma teoria tentativa. *E-Compós*, Brasília, **15**:1-17.
- BRAGA, J.L. 2008. Comunicação, disciplina indiciária. *Matrizes*, **1**(2):73-88.
- CANÇÃO NOVA. [s.d.]. Terço da Misericórdia. Disponível em: <https://formacao.cancaonova.com/espiritualidade/oracao/terco-da-misericordia/>. Acesso em: 02/01/2017. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88>
- CUNHA, M.N. 2016. Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais. *Famecos*, Porto Alegre, **23**(2).
- ELIADE, M. [s.d.]. *O Sagrado e o Profano: a essência das religiões*. Lisboa, Edição Livros do Brasil, 240 p.
- FAUSTO NETO, A. 2004. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos “templos midiáticos”. *Contemporânea*, **2**(2):139-168.
- FERREIRA, J. 2007. Mediação: dispositivos, processos sociais e de comunicação. *E-Compós*, **10**:1-15.
- FLICHY, P. 2010. *Le sacre de l'amateur: sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. França, Seuil, 112 p.
- FLORES, A.C.P.; SILVA, S.R. 2015. Um boteco católico na internet: facetas da mediação da religião no blog O Catequista. *Interin (UTP)*, **19**(1):24-39.
- G.G.R. 2016. Entrevista com o criador do grupo de orações em 27/12/2016.
- GOMES, P.G. 2004. *Tópicos de Teoria da Comunicação*. São Leopoldo, Unisinos, 191 p.
- GOMES, P.G. 2011. Da sociedade das mídias à sociedade em mediação. *IHU-Online (Unisinos)*. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/edicao/357>. Acesso: 15/03/2017.
- GOMES, P.G. 2010. *Da Igreja Eletrônica à sociedade em mediação*. São Paulo, Paulinas, 176 p.
- GOMES, P.G. 2016. Mediação: um conceito, múltiplas vozes. *Famecos*, **23**(2):1-20. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.2.22253>
- GOMES, N.S.; FARINA, M.; FORNO, C.D. 2014. Espiritualidade, Religiosidade e Religião: Reflexão de Conceitos em Artigos Psicológicos. *Revista de Psicologia da IMED*, **6**(2):107-112. <https://doi.org/10.18256/2175-5027/psico-imed.v6n2p107-112>
- HINE, C. 2015. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London; New York, Bloomsbury Publishing, 240 p.
- KEEN, A. 2009. *O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 208 p.
- MARTIN-BARBERO, J. 1995. Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático. *Dialogos de la comunicación*, **41**(março):71-81.
- MARTINO, L.M.S. 2016. *Mídia, religião e sociedade. Das palavras às redes digitais*. São Paulo, Paulus, 208 p.
- POLIVANOV, B.B. 2013. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. *ESFERAS*, **2**(3):61-71.
- SBARDELOTTO, M. 2014. O Leigo-Amador no contexto da mediação: uma análise da circulação do ‘religioso’ na internet. In: Encontro Anual da Compós, XIII, Belém, 2014. *Anais...* 17 p.
- RENOVAÇÃO CARISMÁTICA CATÓLICA DO BRASIL. [s.d.]. Grupo de oração. Disponível em: <http://www.rccbrazil.org.br/institucional/grupo-de-oracao.html>. Acesso em: 05/01/2017.
- ROSA, A.P. 2015. Atentado em Looping: uma palavra que aciona uma imagem. *Revista FAMECOS*, **22**(4):135-154. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2015.4.20992>

Submetido: 16/08/2017

Aceito: 17/07/2018