

DEVOÇÃO NA REDE: O CIBER-CÍRIO

Ariana Nascimento da Silva¹

Resumo

Este trabalho tem como objetivo principal mostrar como a devoção apresentada na procissão do Círio de Nazaré ganha novos moldes nas redes sociais populares atualmente. A devoção tradicional é ampliada pela ciber-devoção ao longo de todo o período de que antecede o Círio até a chegada do segundo domingo de outubro, hibridizando-se em movimentos culturais populares tradicionais. A necessidade de expor a sua fé pessoal nas redes sociais é uma atitude interessante do ponto de vista comunicacional, pois, a participação presencial se torna fator secundário à participação virtual, quando aquele fiel deixa de observar o que acontece a sua para simplesmente visualizar tudo o que acontece a sua volta para através das telas de seus smartphones junto com a necessidade imensa de ser visto nas redes, como prova concreta da participação.

Palavras – chave: Palavras-chave: Cultura Popular, Festa Religiosa, Mídia e Religião, Ciber-Religião, Círio de Nazaré.

A midiatização da fé como uma ferramenta de propagação e participação

Agora a fé pode ser compartilhada via *Facebook* e qualquer acontecimento pode virar uma *hashtag* (#) da rede social mais popular atualmente, e como não poderia deixar de ser, a internet também tem fins religiosos. Mesmo com a midiatização² através dos meios de comunicação tradicionais como a televisão e o rádio a internet vem ganhando força na virada da década. A religião de um modo geral está presente na sociedade e, de acordo com Alves a

¹ Universidade Paulista UNIP – Programada de Mestrado em Comunicação e Cultura Mediática.
ariana_nascimento@hotmail.com

² Fausto Neto pondera acerca da midiatização: “Trata-se da emergência e do desenvolvimento de fenômenos técnicos transformados em meios, que se instauram intensa e aceleradamente na sociedade, alterando os atuais processos socio-técnico-discursivos de produção, circulação e de recepção de mensagens. Produz mutações na própria ambiência, nos processos, produtos e interações entre os indivíduos, na organização e nas instituições sociais. Grosso modo, trata-se de ascensão de uma determinada realidade que se expande e se interioriza sobre a própria experiência humana, tendo como referência a própria existência da cultura e da lógica midiáticas” – Fausto Neto, disponível em:
http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2479&secao=289. Acesso em 25/09/2013.

religião, é uma “teia de símbolos, rede de desejos, confissão da espera...” (1984, p.22), composta de itens que estão além da imaginação (extraordinários), mas também é composta por coisas concretas, como por exemplo, os altares, santuários, comidas, perfumes, lugares, capelas, templos, amuletos, colares, livros. E também gestos, como os silêncios, os olhares, rezas, encantações, renúncias, canções, poemas, romarias, procissões, peregrinações, exorcismos, milagres, celebrações, festas, adorações. Tanto a Igreja Católica quanto a própria comunidade considera a internet como uma eficiente ferramenta para a propagação da sua fé, hábitos, costumes e doutrinas.

O próprio Papa Francisco foi flagrado inúmeras vezes “*tuitando*” ao longo de toda a JMJ este ano (2013) no Rio de Janeiro, como forma de compartilhar a experiência pessoal e religiosa de estar inserido no evento. Puntel (2005) ressalta que: “Não basta apenas dispor de meios ou de um treinamento profissional; é preciso uma formação cultural, doutrinal e espiritual, bem como considerar a comunicação mais do que um simples exercício na técnica (...).” (2005, p. 136). Esta percepção nos faz pensar a respeito de como a igreja católica e seus fiéis estão se utilizando dos dispositivos digitais tecnológicas como propagadoras de sua fé e como ferramenta de pertencimento e participação do evento respectivamente, e de acordo com Neto:

A midiatização consiste no desenvolvimento de fenômenos técnicos transformados em meios, que se instauram intensa e aceleradamente na sociedade, alterando os atuais processos sócio-técnico-discursivos de produção, circulação e recepção de mensagens. Produz mudanças na própria ambiência, nos processos, produtos e interações entre os indivíduos, na organização e nas instituições sociais. (2009, p. 4)



Figura 1 - <http://www.revistabrasileiros.com.br/wp-content/uploads/2013/07/papa-e1374521945779.jpg>

A partir da midiatização intensiva do cenário religioso, seja pelos meios de comunicação tradicionais ou pelos digitais tecnológicos é possível perceber que existe um movimento de *Crossmedia*³, que consiste basicamente na movimentação da informação entre diversos tipos e níveis de mídias (tradicionais e digitais), por exemplo, uma parte das informações é feita pela TV e outra é transmitida pelo rádio, ou ainda, quando a mesma manifestação pode ter uma cobertura televisiva e também via internet em tempo real. Sendo assim, o fiel é capaz de acessar e participar do evento religioso tanto de maneira presencial, quanto de maneira online (simultaneamente) com a possibilidade adicional de compartilhar tudo via rede social.

As classificações das manifestações religiosas na rede: *religion-online e online-religion*

Existem dois tipos de classificações para os níveis e tipos de participação dos fiéis na rede, ou seja, as formas de fazer religião utilizando a internet, abordados por dois autores distintos: Christopher Helland (2002) e Anastasia Karaflogka (2002). Helland propõem duas classificações baseadas nos níveis de participação religiosas existentes na web, que são descritas como: um-todos e todos-todos; uma pessoa fala para todos e todos interagem com todos respectivamente, denominadas posteriormente com as seguintes nomenclaturas: Religion-online e Online-religion. Helland ainda complementa sua classificação afirmando que “a maneira como eles (os indivíduos) utilizam esse meio é baseado no que eles acreditam que a internet é, e no que eles acreditam que ela possa ser usada”, as classificações para tais manifestações virtuais religiosas variam de acordo com a função dada a elas, ou seja, variam de acordo com o tipo de “fazer religião” desejada por cada usuário.

A primeira nomenclatura, religion online tem equivalência de uma internet usada como mera ferramenta, utilizada apenas como um local onde este fiel busca informações a cerca de sua igreja em particular, sem interações ou vínculos com os demais participantes da comunidade daquela igreja, a partir das afirmações de Helland:

³ *Crossmedia* vem do inglês e significa “cruzar” – ou “atravessar” – a mídia, ou seja, levar o conteúdo além de um meio apenas. O termo em si não é muito comum, mas a utilização desta técnica é. O conteúdo (a mensagem) é distribuído através de diferentes mídias (o meio) para atingir o público (o receptor), mas tudo isso acontece sem que a mensagem tenha qualquer alteração de um meio para o outro. O sentido básico deste termo é que uma pessoa possa acessar o mesmo conteúdo por diferentes meios. Disponível em: <http://www.midiatismo.com.br/o-marketing-digital/vamos-entender-a-diferenca-entre-crossmedia-e-transmidia-cirandablogs>

Religion-online parece ser o padrão para grupos religiosos baseados em organizações hierárquicas de Igreja [...]. Para eles, o meio internet é controlado e utilizado como uma ferramenta para a transmissão de uma mensagem ao invés de como um ambiente de compartilhamento de crenças e práticas religiosas.(32, p.293)

Este tipo de modalidade limita a liberdade do fiel, fazendo com que ele se sinta entediado com muita facilidade, e a saída encontrada para a diminuição deste tipo de sensação foi a criação de uma espécie de *cibermundo*, que consiste na criação de uma página com ambientes virtuais interligados por hiperlinks esteticamente agradáveis e recheados com conteúdos diversos que estimulem os usuários à visitação de tais conteúdos.

Dentro deste cenário ainda existe outra possibilidade para aumentar os níveis de participação dos fiéis, que é a tradução dos conteúdos para outras línguas, a fim de “chamar” outros grupos etnográficos que ficam às margens deste tipo de ferramenta pelo imperialismo da língua inglesa em alguns sites mundialmente conhecidos, esta diversidade é uma forma de encantar o indivíduo dentro do *cibermundo* criado dentro das páginas de conteúdo religioso. Se pensarmos friamente a cerca do *religion-online* e suas formas de apresentação, percebemos que ela não proporciona interação entre os fiéis e nenhum tipo de resposta, e ainda segundo Helland, esta modalidade não pode ser considerada como “fazer” religião exatamente por ser estática e engessada aos moldes da web 1.0⁴.

A segunda nomenclatura é aquela que engloba o conceito de todos-todos, conhecida também como: religion-online. Esta diz que a internet é vista como um lugar ou como um ambiente, e segundo Helland (2002) “para que a online-religion possa se manifestar certo tipo de modelo interativo precisa ser criado no site”, excluindo neste caso o e-mail porque o e-mail não possibilita a interatividade, “ainda que o e-mail possa ser usado para expressar crenças religiosas e espirituais, é uma forma de comunicação um-um/todos que não tem a natureza interativa que muitos indivíduos procuram quando querem ‘fazer’ religião na internet”. Contrariando o modelo todos-um (religion-online), o modelo online-religion se difere exatamente por sua natureza de interatividade e contribuição dos fiéis participantes, ou seja, a interatividade é fator determinante. Estes tipos de manifestações acontecem em três locais distintos na internet: alguns sites religiosos não oficiais, sites de novos movimentos religiosos

⁴Os sites de Web 1.0 são estáticos - eles contêm informações que podem ser úteis, mas não existe razão para que um visitante retorne ao site mais tarde. Um exemplo pode ser uma página pessoal que ofereça informações sobre o dono do site, mas que não mude nunca.

e grupos de propagação (redes sociais). Pode-se exemplificar a participação massiva dos fiéis do Círio de Nazaré em páginas oficiais da basílica, páginas avulsas e redes sociais específicas da procissão (públicas ou particulares). As classificações apontadas por Helland usam como parâmetro o tipo de comunicação utilizada para fazer a ciber-religião, ainda que no caso do Círio de Nazaré não pregue suas crenças e rituais apenas no ciberespaço, ela transcende as formas tradicionais e utilizam as redes sociais da internet como extensão de sua fé. As manifestações de fé circulam livremente entre as mídias tradicionais e digitais (*online-religion*) embora talvez as definições apresentadas não sejam capazes de englobar todos os tipos de manifestações, a seguir discutiremos um pouco mais a variedade de manifestações além do *religion-online* e *online-religion* para entendermos melhor o que é a Devoção na rede, através do Ciber-Círio.

A religiosidade espacial – o lugar na rede

Quando a Basílica de Nazaré disponibiliza em sua página oficial do Círio de Nazaré informações pertinentes à festa ela não está necessariamente fazendo religião, pois as mesmas informações podem ser conseguidas e/ou acessadas em informativos impressos encontrados no local, neste caso porém, a rede está sendo utilizada como mera ferramenta midiática de troca de informações que já existente batizada por Karaflogka (2002) como *Religion on*. Por outro lado quando a *Religion in* ou ciberreligião mostra um cenário de expressões e manifestações religiosas criadas somente nas ambiências do ciberespaço, “gozando de certo grau de ‘realidade virtual’”, assim a rede serve como ambiente para a troca de informações e experiências.

Agora se analisarmos de forma mais criteriosa todas estas formas de nomear as religiões feitas na rede, às práticas de ciberreligião ainda conseguem se subdividir em mais duas vertentes, a primeira é um fenômeno novo para a religião pós-moderna com resquícios das religiões tradicionais pouco usuais “algumas satíricas, se não cínicas, enquanto outras exibem uma tendência bastante séria” (Karaflogka, 2002, p.285). enquanto o segundo tipo, a partir das ideias de Karaflogka denomina-se de Novos Movimentos Ciberreligiosos, “ Novos porque tratam questões usando o novo meio e introduzindo novas possibilidades; Ciberreligiosos porque existem e funcionam principalmente online; Movimentos porque podem, potencialmente, mobilizar e ativar a população humana inteira”. Este tipo de

classificação engloba o Círio de Nazaré porque os fiéis que participam dele de maneira presencial também fazem de maneira online quase sempre simultaneamente, tendo sua principal diferença na questão da interatividade proporcionada, diferente do outro modo que, apenas disponibiliza as informações para acessos futuros.

Ainda dividindo estas novas nomenclaturas sobre a religião na rede, ainda é possível estudar estas divisões em três formas distintas: manifestações religiosas informativas (ferramenta); manifestações religiosas espaciais (lugar) e por fim, manifestação religiosa metafísica (modo de ser). Para este estudo será relevante apenas a manifestação religiosa espacial, como lugar. A percepção de internet como um lugar, é o que dá suporte para o conceito de manifestação religiosa espacial, percebida tanto como um lugar para discussões religiosas tanto para as interações entre os usuários, rituais e suas práticas religiosas ainda que não haja interação física. Este conceito envolve obrigatoriamente a concepção de um espaço comum (e-mail, Facebook, twitter) onde comunidades podem ou não serem criadas (a sensação de pertencer a um grupo específico). Práticas religiosas necessitam de um espaço físico para acontecerem, sejam elas individuais e/ou coletivas independente de levar a formação de um grupo ou comunidade e que transcenda a necessidade de criação ou não de uma comunidade.

Este tipo de modalidade religiosa com um caráter espacial é importante na medida em que abre portas e janelas na utilização de ferramentas midiáticas para a criação das páginas de redes sociais e comunidades com o intuito de reforçar as bases primárias entre a comunicação, comunidades e religiões, neste caso os fiéis de Nossa Senhora de Nazaré. A partir desta perspectiva a internet se apresenta com a propensão para emergência de alguns tipos de comunidades variando apenas suas características particulares, tais como: *processualidade e participatividade*. Ambas as características proporcionam ao fiel um tipo de sentimento de interação dentro do ambiente virtual, como se aquela pessoa estivesse imersa no ambiente vivendo e compartilhando sentimentos comuns aos demais participantes. As particularidades de cada uma das características não serão levadas em consideração nas conclusões deste trabalho, o ponto que será destacado, no entanto, diz respeito aos seus níveis diferentes de participação e manifestações serão cruciais, para a caracterização do Ciber-Círio feito pelos usuários das redes sociais na internet.

O Cíber-círio de Nazaré – processo descritivo



Durante os dias que antecedem a procissão do círio os fiéis tomaram como um novo hábito (ou uma nova modalidade de procissão) o compartilhamento de imagens, contagens regressivas, *check-ins* e outros tipos de ações através das redes sociais. Lembrando que o Círio de Nazaré é considerado *uma das maiores procissões religiosas do mundo*⁵ e chama atenção pela participação efetiva de aproximadamente dois milhões de pessoas nas ruas estreitas da Capital paraense – Belém, durante o mês que antecede a festa maior que acontece sempre no segundo domingo de outubro viu-se o número de compartilhamentos e manifestação utilizando as redes sociais e em especial a utilização do Facebook como ferramenta de mediação entre o fiel e a rede. Observando as páginas e perfis sociais na internet da Basílica de Nazaré, é possível constatar que as redes sócias servem como um tipo de veículo de comunicação que permite o acompanhamento constante de como a festa está sendo preparada, apresentação do cartaz oficial anual, grade de programação com os horários dos eventos que acontecem paralelamente e/ou simultaneamente aos demais eventos do ciclo.

Este fenômeno é tão presente na instituição que organiza a festa, quanto na população que participa presencialmente dos eventos menores e especialmente por outros tipos específicos: os fiéis que estão presentes no evento e sentem a necessidade de fazer a participação virtual e os fiéis que estão longe, mas sentem a necessidade dessa participação

⁵ O Círio de Nazaré, uma das maiores festas religiosas do mundo, levou na manhã de ontem (10/10/2010) cerca de 2,2 milhões de pessoas às ruas de Belém (PA), batendo todos os recordes de público nos 218 anos de história, segundo o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese). Disponível em: <http://www.otempo.com.br/capa/brasil/festa-do-c%C3%ADrio-re%C3%BAne-p%C3%BAblico-recorde-2-2-milh%C3%B5es-de-fieis-1.362475>

para se sentirem inseridos no contexto da festa. A seguir será detalhado (descrito) cada tipo de perfil de *ciber-fiel* e suas principais diferenças quando se trata do sentimento de pertencimento durante o evento, ou seja, a sua forma de devoção na rede. O Círio de Nazaré faz parte do imaginário popular do povo amazônico residente em Belém do Pará, esta festa além de religiosa trás consigo alguns elementos da cultura popular paraense, como por exemplo, o auto do Círio e a Festa da Chiquita. Estes dois eventos ganham destaque por servirem como marco de contagem e de passagem entre procissões, ou seja, marcam a transição da festa profana para a festa sagrada, gerando um paradoxo cultural. O importante a ser ressaltado não são as festas populares em si, mas, com elas tem este caráter de marcação entre um e outro evento: após a passagem da trasladação a festa da chiquita já pode começar e porque não “avisar” ou “informar” isto a todos os seguidos da redes?



A importância de fazer este check-in durante a passagem é além de prova irrefutável da participação, mas, sobretudo a sensação de pertencimento daquele ambiente real/virtual que a internet (Facebook e/ou FourSquare) proporcionam aos seus usuários. A partir da confirmação de sua presença real e virtual os demais participantes também passam a fazer a mesma coisa, ou seja, sentem a necessidade de também mostrar que estão presentes no evento e compartilham na rede. Este é o perfil típico do fiel que além de participar presencialmente, sente a necessidade de utilizar seus dispositivos tecnológicos e digitais para também participar de maneira virtual postando nas suas redes sociais favoritas.

Outro tipo de fiel característico nos períodos que antecedem a festa é o fiel que participa do evento apenas de maneira online, ou seja, participa postando comentários sobre o

que se passa durante o período mostrado nas redes sociais, curtem as imagens que os outros participantes do grupo postam seus check-ins em lugares relevantes, comentam, interagem e sob certo aspecto também são considerados agentes participantes daquele evento que ocorre tão distante de suas realidades, sejam por quais motivos forem. O sentimento de pertencimento parece ser igual ao daquele que está lá de corpo presente: vendo, ouvindo, interagindo, se locomovendo e, sobretudo se emocionando com os acontecimentos religiosos que a festa proporciona. A diferença básica é a distância, porém, a mesma distância que separa fisicamente proporciona a sensação de proximidade quando se utiliza um dispositivo tecnológico (smartphone, tablete, computador) para “diminuir a distância geográfica” e fazer com que esta pessoa se sinta pertencente ao evento e presente no lugar do evento.

Considerações finais



A partir do mapeamento geral acerca das nomenclaturas criadas para tentar classificar os tipos de religiões que se fazem na internet, sejam eles informativos e/ou participativos. O importante para este estudo é investigar quais são as motivações que movem as pessoas a participarem dos eventos religiosos digitais (na internet utilizando dispositivos e redes sociais) mesmo presentes *in loco* e o que leva outros fiéis se sentirem presentes de fato no evento, mesmo estando a quilômetros de distância longe do evento. Sem deixar de mencionar a contribuição da midiática da igreja no processo de utilização dos vários dispositivos no processo de veiculação das imagens, mensagens, comentários, curtidas e outros tipos de

ações. Este fenômeno não se restringe aos fiéis frequentados das Igrejas Católicas, ele abrange também as pessoas de dentro da própria igreja, como pode ser observado na JMJ (2013) no Rio de Janeiro quando o próprio Papa Francisco utilizou seu twitter para informar aos demais fiéis as suas experiências na jornada.

A classificação abordada com mais profundidade dá suporte a discussão: a religiosidade espacial, ou seja, um lugar na rede. Antes é claro, ainda existe a possibilidade de utilizar a internet como ferramenta informativa e ferramenta metafísica ou modo de ser. A percepção da internet como lugar é a que melhor caracteriza as manifestações dos fiéis na internet, pois é a partir dela que detectamos as sensações de pertencimento ao movimento religioso, neste caso, o Círio de Nazaré. A emergência das redes sociais, sites religiosos e outras ferramentas midiáticas digitais possibilitam fenômenos interessantes como o *crossmedia* que tem como característica principal a possibilidade de transcender os meios de comunicação e fazer com que o fiel utilize mais de um dispositivo para propagar sua fé na rede.

Pontuando momentos importantes do evento Círio de Nazaré, temos em destaque a trasladação e o Auto do Círio, ambos são eventos que acontecem antes do domingo do Círio: o Auto do Círio acontece na sexta feira que antecede o Círio e a Trasladação acontece na véspera do Círio. Uma mistura elementos do carnaval, drama, dança, música e teatro e a outra abre espaço para a Festa da Chiquita que trata do orgulho GLBT respectivamente. Durante estes eventos a participação dos fiéis aumenta bastante, e é como se outra modalidade de Círio existisse: o Ciber-Círio. Uma mistura de ações que se convergem na internet por ações dos fiéis *in loco* e dos fiéis distantes geograficamente. Ainda existe muita margem para discussão e críticas a cerca deste fenômeno cultural e midiático nas ambiências da internet, é preciso observar e captar indícios que apontem as causas deste fenômeno singular para a internet e a Igreja Católica.

Referências

ALVES, Rubem. **O que é Religião**. São Paulo, SP: Editora Brasiliense, 1984.

HELLAND, Christopher. **Surfing for Salvation**. Religion, 32, p.293-302, 2002.

KARAFLOGKA, Anastasia. **Religious Discourse and Cyberspace**. Religion, 32 p; 279-291, 2002.

NETO, Antônio Fausto. A midiatização produz mais incompletudes do que as completudes pretendidas, e é bom que seja assim. In: **Midiatização: uma análise do processo de comunicação em rede**. IHU. Ano5. Nº 35, 2009. Universidade do Vale do Rio dos Sinos –Unisinos. RS.

PUNTEL, Joana. **Cultura midiática e Igreja: uma nova ambiência**. São Paulo: Paulinas, 2005.

<http://www.midiatismo.com.br/o-marketing-digital/vamos-entender-a-diferenca-entre-crossmedia-e-transmidia-cirandablogs> Acessado em: 14/09/13

<http://informatica.hsw.uol.com.br/web-101.htm> Acessado em: 14/09/13

<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/2009/10/11/ult5772u5648.jhtm> Acessado em 24/09/13

<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,cirio-bate-recorde-e-atrai-22-mi-de-fieis-em-belem,623250,0.htm> Acessado em 24/09/13

<http://www.otempo.com.br/capa/brasil/festa-do-c%C3%ADrio-re%C3%BAne-p%C3%BAblico-recorde-2-2-milh%C3%B5es-de-fieis-1.362475> Acessado em 28/09/13