



## Novos Espaços do Sagrado: Mídia e o Fenômeno Religioso na Igreja Adventista do Sétimo Dia Movimento da Reforma

*Kênia Moraes de Resende Moura<sup>1</sup>*

**Resumo:** O presente estudo pretende uma análise sobre os veículos midiáticos na internet da Igreja Adventista do Sétimo Dia Movimento da Reforma (IASDMR), bem como compreender as razões que fazem a igreja sair do espaço sagrado e adentrar neste novo espaço de comunicação on line. A pesquisa bibliográfica apresenta-se adequada na medida em que se busca evidenciar as possíveis motivações que a igreja tem para adentrar este novo espaço midiático. Os resultados levam a crer que a mediação da IASDMR se constitui como mecanismo de controle dos fiéis para reafirmar a identidade religiosa na contemporaneidade. A prática de interação social através da mídia feita pela IASDMR possibilita refletir sobre os diversos princípios que sustentam a instituição, ao mesmo tempo em que possibilitam uma maior interação no cotidiano dos adeptos.

**Palavras-chave:** Religião. Mídia. Internet.

## New Spaces of the Sacred: Mediatization and the Religious Phenomenon in the Adventist Church of the Seventh Day Movement of Reform

**Abstract:** The present study intends to analyze the internet media vehicles of the Seventh-day Adventist Church's Reformation Movement as well as understand the reasons why the church leaves the sacred space and enter this new online communication space. Bibliographical research is adequate in that it seeks to evidence the possible motivations that the church has to enter this new media space. The results lead us to believe that the mediatization of the IASDMR constitutes, from its moralistic discourses, another mechanism of control of the faithful. They reaffirm the various principles that underpin the institution, while at the same time allowing greater penetration in the daily life of the faithful, becoming more strongly present in their lives.

**Keywords:** Religion. Media. Internet.

### Introdução

O presente artigo é parte do corpus da pesquisa de dissertação de mestrado em Ciências das Religiões, onde se busca compreender as mudanças promovidas pela mediação on line no campo religioso com enfoque na Igreja Adventista do Sétimo Dia Movimento da Reforma.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Ciências das Religiões pela Faculdade Unida de Vitória (2018), Bacharel em Comunicação Social pela FAESA – ES (2004). Especialização em Tecnologias Educacionais pela Faculdade Mário Schenberg, FMS-SP (2015). E-mail:keniaresende@hotmail.com

Este trabalho tem com objetivo geral buscar o entendimento pelo viés dos pesquisadores das ciências das religiões e suas mudanças nos meios de comunicação digital. Na busca por complementar e embasar as argumentações, a pesquisa bibliográfica apresenta-se relevante na medida em que outros pesquisadores desenvolveram aprofundamentos referentes a mídia e a religião no espaço digital.

Observa-se na história das religiões e das suas diversas formas de estabelecimento em sociedade, a propagação da doutrina da IASDMR, que se mantém atuante na sociedade pela via das tradições. Não se busca apenas a investigação da mudança da religião em si, naturalmente ligada às práticas tradicionais que mantêm sua história e ideologia vivas, mas às demais articulações que são oriundas da inserção social e a interação com as outras esferas públicas e privadas na sociedade, no âmbito digital.

A escolha do corpus se alinha aos interesses da pesquisa por reunir um conjunto de informações que instigam a pensar nas práticas de interação social e a construção da identidade religiosa na contemporaneidade. Tal interesse se justifica pelo inegável espaço que as religiões assumem na sociedade, não apenas como referenciais de conexão com o sagrado, mas como instituições que têm se adaptado às mudanças sociais e históricas e que se paramentam de ferramentas diversas para se manterem atuantes na vida dos adeptos,

Pretende-se analisar os padrões e símbolos que compõem a caracterização sociocultural e tecnológica dos fiéis relacionando as exigências e objetivos da evangelização em ambiente virtual.

As relações intermediadas pelos meios virtuais fazem parte do cotidiano das sociedades, muito embora apontem para novos paradigmas especialmente no que se refere a tempo e espaço. O acesso aos meios de comunicação e informação virtuais permitem “[...] um deslocamento do espaço tradicional, acanhado e restrito dos templos, para um campo aberto e multidimensional” (GOMES, 2010, p.30). Isto ocorre porque a tradição histórica utilizada pelas Igrejas caracteriza-se pela argumentação in loco no templo físico considerado espaço sagrado, e agora é alterada para o campo virtual que por muitos pode ser considerado um espaço profano.

A Igreja Adventista do Sétimo Dia, de onde surge a denominação ora pesquisada, denominada Movimento da Reforma, tem um vínculo de utilização da mídia como instrumento proselitista. Também discutiu por longas datas sobre sua influência negativa da mídia sobre os membros da igreja. Durante várias décadas, a Igreja Adventista do Sétimo Dia, vem se envolvendo com produções midiáticas. No Brasil foi pioneira no uso do rádio e/ou TV com a

intenção de propagação de suas atividades missionárias. Durante os anos de 1970 e 1980 ocorreu uma explosão de programas televangelísticos, época em que a denominação criou várias emissoras e centros de mídia em inúmeros países.

A título de exemplo, a Igreja Adventista do Sétimo Dia, de onde surge a denominação ora pesquisada, denominada Movimento da Reforma, lançou seu primeiro periódico em 1849 com o título de *The Present Truth*, que posteriormente passou a se chamar *The Advent Review and Sabbath Herald*, mudando outras vezes de nome, até adotar o atual *Review and Herald*.<sup>2</sup> A literatura para algumas denominações é basilar à fé, não se restringindo exclusivamente à bíblia, mas utilizando outros textos considerados sagrados, a exemplo dos escritos de Ellen White para a Igreja Adventista do Sétimo Dia e conseqüentemente para o Movimento da Reforma surgido de suas fileiras.

O advento da internet exigiu das igrejas uma adaptação, visto que, a realidade virtual é mais fluída, mutável e dinâmica que os outros meios. A internet supera as demais mídias, pois apresenta amplas possibilidades de interação, onde o cada usuário é capaz de emitir sua opinião, discordar ou sugerir sobre qualquer tema abordado. As potencialidades da internet são destacadas por Carvalho, Lins e Wanderley como capazes de mudar não apenas a forma de se comunicar e interagir, mas também de alterar o estilo de vida da sociedade.

A internet veio transfigurar absolutamente a cultura e a forma como vivemos em sociedade e, com esse novo recurso tecnológico, modificou não apenas a linguagem, mas a maneira como seus usuários se relacionam com o mundo. O livre acesso a todo tipo de informação gerou uma grande interatividade entre as pessoas, que reformulou os hábitos de toda uma geração subsequente [...]<sup>3</sup>

Essa interatividade quase perene faz com que o termo era da informação seja considerado algo ultrapassado, pois, o que se vivencia é a “era da participação”<sup>4</sup>. No ambiente virtual o usuário é despertado sensorialmente em sua percepção para interagir com quase todos os seus sentidos com outra realidade. Nessa interação se estabelece um processo de comunicação baseado na percepção, pois nessa “as relações espaciais e temporais se

---

<sup>2</sup> SCHWARZ, R. W; GREENLEAF, F. *Portadores de luz: história da Igreja Adventista do Sétimo Dia*. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2016. p. 71.

<sup>3</sup> CARVALHO, Nelly Medeiros de. LINS, Rebeca. WANDERLEY, Rita de Kássia Kramer. A inovação publicitária nas redes sociais. In: XAVIER, Antonio Carlos. LÉVY, Pierre. *et al. Hipertexto e cibercultura – links com literatura, publicidade, plágio e redes sociais*. São Paulo: Respel, 2016.p.192.

<sup>4</sup> LIPNAK, Jéssica. STAMP, Jeffrey. *Networks, redes de conexão: pessoas conectando-se com pessoas*. São Paulo: Aquarela, 1992.p.194.

estabelecem entre o corpo de um sujeito, os corpos de outros e os das coisas, portanto, percepção é uma forma de comunicação estabelecida entre quaisquer elementos”<sup>5</sup>. Ver é apenas a porta de entrada para um universo de sensações, desejos e possibilidades que ultrapassam a virtualidade da tela.

Essa mediação nas relações sociais ocorre também no meio religioso. Religiões não são estáticas, elas acompanham as mudanças da sociedade, “modificando-se concomitantemente e adaptando-se as necessidades onde quer que estejam”<sup>6</sup>, para garantir sua sobrevivência. Como qualquer movimento de tradição, as religiões encontram em “si mesmas os referenciais simbólicos para a explicação do presente, atualizando-se a cada época em sua explicação”<sup>7</sup>.

Os referenciais simbólicos são imprescindíveis nas religiões, pois é através deles que elas se expressam e “projetam sua vitalidade e visibilidade. O *mysterium* que cada uma delas diz trazer oculta-se e, por outro lado, revela-se sob o simbólico”<sup>8</sup>. Assim, em qualquer meio onde a religião se projete, é vital a utilização de referenciais e símbolos que lhe confirmem domínio sobre o novo espaço.

Em uma realidade dominada pela internet, a religião se desenvolve entre símbolos e interesses religiosos, buscando se ressignificar para não perder seu dinamismo, sua essência e sua necessidade de existência. A utilização que faz de referenciais simbólicos como instrumento de divulgação religiosa almeja dar um novo sentido na relação entre o adepto e a religião.

O uso da internet pela Igreja Adventista do Sétimo Dia – Movimento da Reforma acompanha todas essas características elencadas. Sua dinâmica na utilização dos meios de comunicação atende ao seu objetivo institucional, de realizar um “anúncio global sobre a volta de Cristo para que se cumpram as referências bíblicas de Apocalipse 14.9-12 e 18.1-4”<sup>9</sup>, devendo para isso dispor de todos os instrumentos capazes de concretizar essa realidade. Por isso, a utilização do rádio, da TV e da internet são respaldadas pela IASDMR. Um dos sites usa o termo multimídia para designar os diversos conteúdos disponibilizados em vídeos, áudio, TV

---

<sup>5</sup> JORGE, Ana Maria Guimarães. *Introdução à percepção: entre os sentidos e o conhecimento*. São Paulo: Paulus, 2011. p. 120.

<sup>6</sup> MARTINO, Luís Mauro Sá. *Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso*. São Paulo: Paulus, 2003. p. 51.

<sup>7</sup> MARTINO, 2003.p.50.

<sup>8</sup> FRANCISCO, Adilson José. *Trânsitos religiosos, cultura e mídia: a expansão neopentecostal*. São Paulo: Paulus, 2014 p. 205.

<sup>9</sup> REFORMA, Igreja Adventista do Sétimo Dia – Movimento da. Missão. Disponível em: <<http://www.asdmr.org/missao/>> Acesso em 28 jun 2018.

Vida Plena e links<sup>10</sup> (este remete a sites parceiros sobre temas diversos: cursos bíblicos, igrejas, informações nutricionais, estrutura hierárquica União Norte e União Sul).

Se restringindo especificamente a internet, a IASDMR, tem como canais de divulgação disponíveis atualmente: sites da instituição, páginas no Facebook, contas do Twitter, Instagram e vídeos no Youtube. Vale destacar que, em geral, em todos esses canais de comunicação é possível encontrar mais de uma conta, página ou site vinculado ao Movimento da Reforma<sup>11</sup> em suas diversas variações de escrita do nome institucional. Devido a descentralização e relativa autonomia das diversas igrejas do Movimento da Reforma no Brasil, a maioria tem na internet um canal de divulgação de suas atividades, sua programação, estudos bíblicos fundamentados nas doutrinas adventistas e sua própria história regional. Essa característica é um padrão verificável em todos os canais vinculados a denominação.

Mesmo que se tenha uma diversidade de canais na internet, todos obedecem a uma dinâmica similar em relação a semiótica, conteúdos, imagens, vídeos, linguagem coloquial e público que os utiliza. A reprodução do ambiente religioso, com uso dos diversos símbolos que reafirmem que a presença do sagrado também se encontra ali, são utilizados nestes canais.

Para uma melhor identificação da denominação em foco, será preciso abordar o perfil socioeconômico dos membros da mesma. A utilização destes meios de comunicação são uma quebra de paradigmas dentro da instituição, assim como em muitas outras denominações religiosas, que mantinham regras muito rigorosas nas primeiras décadas do século XX. No entanto, a flexibilização nas normas internas foi ocorrendo gradativamente em decorrência do desenvolvimento tecnológico e as transformações sociais no Brasil.

Dados do Censo de 2010 consideram os números estatísticos da IASDMR juntamente com a IASD, pois ambas têm o perfil de membresia. A denominação Adventista tem uma participação de 0,82% do total de evangélicos no Brasil, o que representa 1.561.071<sup>12</sup> em números absolutos, tendo melhor desempenho na região norte (42,16%) e menor da região Sudeste (14,73%)<sup>13</sup>. As classes sociais atendidas pela denominação estão assim distribuídas: C

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.asd-mr.org.br>> Acesso em 24 jun 2018.

<sup>11</sup> Pesquisa realizada em 24/06/18 em site de busca verificou a existência de 10 sites (ex. [reformistas.org.br](http://reformistas.org.br), [iasd-mr.org.br](http://iasd-mr.org.br), [asdmr.org](http://asdmr.org)). Foram encontradas diversas páginas no *Facebook* e no *Twitter*, 34 contas no *Instagram* e 8.380 vídeos no *Youtube*.

<sup>12</sup> IBGE. *População residente por religião*. Evangélica de Missão – Igreja Evangélica Adventista. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/137#resultado>> Acesso em 25 jun 2018.

<sup>13</sup> CAMPOS, Leonildo Silveira. *Evangélicos de missão em declínio no Brasil: exercícios de demografia religiosa à margem do Censo de 2010*. In.: TEIXEIRA, Fautino. MENEZES, Renata (orgs). *Religiões em movimento: o Censo de 2010*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2013. p. 150.

(0,92%), D (0,88%), E (0,81%) e AB (0,62)<sup>14</sup>. Os percentuais se referem a participação da denominação no total pesquisado. Assim, o público é prioritariamente composto pelas camadas mais pobres da pirâmide social. Esses dados informam muito em relação as possibilidades de estratégias de divulgação utilizadas pela IASDMR.

Uma das redes sociais, o Facebook, hospeda diversas contas da IASDMR, tanto institucionais quanto de pessoas que se identificam como pertencentes à denominação. A flexibilidade proporcionada pela internet possibilita que ações não usuais no templo possam ser feitas no ambiente virtual. Assim, a reversibilidade no processo de comunicação se faz presente nestes canais, pois o fiel-usuário pode se manifestar concordando ou discordando dos conteúdos exibidos. A rigidez da linguagem é substituída por uma mais leve, coloquial e descontraída, com uso leve do humor nos textos e memes<sup>15</sup>. Nas páginas ou contas pessoais, predomina o tom popular, uso de gírias e erros ortográficos, principalmente quando ocorre interação e troca de mensagens nos comentários dos posts publicados.

Esse compartilhamento de imagens, vídeos, mensagens e textos religiosos incorporam uma dinâmica de compreensão da realidade que está e se vincula a todas as dimensões da vida do fiel. Através dessas projeções ele realiza uma construção de sentido, com significados plurais em suas relações sociais presentes agora na realidade virtual.

Os meios de comunicação se projetam nas relações sociais porque estas existem antes de qualquer vínculo com a mídia<sup>16</sup>, mas agora potencializando mudanças. É preciso considerar que as relações sociais pré-existentes sempre utilizaram meios de intermediação, sem que isso significasse mudanças nesse processo. Os meios de comunicação são mediadores dos processos sociais, contudo, ao alterarem esses processos sociais, os tornam midiaticizados<sup>17</sup>. Denominar que as relações sociais estão sendo midiaticizadas prescinde que o seu conteúdo esteja sendo alterado intencionalmente para este propósito. De outra forma, estas estarão apenas sendo mediadas.

No entanto, é preciso considerar que as mensagens, vídeos, depoimentos e textos sagrados vinculados na internet pela IASDMR e seus adeptos incorporam as mediações presentes na sociedade. Esses conteúdos virtuais passam a ser não apenas mediados, mas

---

<sup>14</sup> NERI, Marcelo Côrtes. Novo mapa das religiões. Rio de Janeiro: FGV, CPS, 2011 p. 28.

<sup>15</sup> Memes são imagens, vídeos ou frases bem-humoradas que se espalham pela internet.

<sup>16</sup> MARTINO, Luís Sá Martino. *Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais*. São Paulo: Paulus, 2016 p. 35.

<sup>17</sup> MARTINO, 2016. p. 34.

também midiaticizados. Ao operarem mudanças nas relações, decorrente da midiaticização, o resultante é a construção de uma nova realidade. Martino, destaca que “na midiaticização a mídia deixa de ser um instrumento para ser entendida como um dos elementos que constrói a realidade social”<sup>18</sup>.

Berger e Luckmann<sup>19</sup> descrevem a construção da realidade social como um processo com aspectos objetivos e subjetivo. Na primeira etapa, as ações são institucionalizadas e depois legitimadas. Por fim, estas serão interiorizadas nos comportamentos. O compartilhamento é imprescindível nessa construção para transformar a realidade social. O uso de padrões midiáticos pela IASDMR na construção da realidade social se concretiza de forma objetiva, ao legitimar esses meios, os quais são institucionalizados e, que, por fim, serão interiorizados nas práticas sociais de todos. Essa utilização se torna comum a todos os integrantes da IASDMR, sejam seus líderes, com objetivos institucionais, ou, seus adeptos nos relacionais.

A representação de mundo realizada através da religião, é concebida por Durkheim, pois, a religião é a base onde estão firmadas as primeiras representações sobre a existência humana. A religião, para Durkheim, é sustentada de forma coletiva em suas representações.

Religião é um sistema solidário de crenças seguintes e de práticas relativas a coisas sagradas, ou seja, separadas, proibidas; crenças e práticas que unem na mesma comunidade moral, chamada igreja, todos os que a ela aderem. O segundo elemento que participa assim de nossa definição não é menos essencial que o primeiro, pois, ao mostrar que a ideia de religião é inseparável da ideia de igreja, ele faz pressentir que a religião deve ser uma coisa eminentemente coletiva.<sup>20</sup>

Como a religião está fundamentada em crenças, valores morais, mitos, ritos, ideologias, símbolos e padrões éticos ela se configura como uma representação social que transforma e constrói a realidade social. Para Moscovici representações sociais ocorrem pela circulação, o cruzamento e a cristalização continua de crenças, ideias e explicações na interação social, “um encontro em nosso universo cotidiano, constituindo, assim, uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre os indivíduos”<sup>21</sup>.

---

<sup>18</sup> MARTINO, 2016. p. 67.

<sup>19</sup> BERGER, Peter L. LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento*. Trad. Floriano de Souza Fernandes. 31ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

<sup>20</sup> DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. Col. Sociologia e Religião. V. 1. 3ª ed. São Paulo: Paulus, 2008 p. 79.

<sup>21</sup> MOSCOVICI, Serge. *A representação social da psicanálise*. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 26.

Assim, a midiatização da IASDMR, enquanto representação social é o “novo ou inovador que se incorpora aos universos consensuais, os quais terminam por torná-lo rotineiro e familiar, sendo então, internalizados as ações cotidianas”<sup>22</sup>. É o rompimento com regras do passado e o surgimento de uma nova realidade.

É dentro dessa relação entre a preservação das regras e valores religiosos do passado e as necessidades e possibilidades midiáticas contemporâneas que se encontra a IASDMR, visto que seus adeptos, desempenham um papel ativo e passivo, são influenciados e influenciadores nessas intermediações, as quais terminam, por vezes, subordinando sua função dentro da realidade social.

É possível considerar que ao utilizar a internet e seus diversos canais de comunicação, a IASDMR não objetiva tão somente fazer uma extensão da realidade religiosa vivenciada no templo, mas criar um novo espaço em que o sagrado possa ser experienciado dentro de novos condicionantes, novas possibilidades e práticas. É preciso questionar tão somente como esse processo está ocorrendo.

Em um primeiro momento, pode-se afirmar que essas mudanças ocorrem inconscientemente. Na análise de weberiana<sup>23</sup>, a realidade social é constituída de ações sociais, e, estas são incorporadas ao cotidiano social praticado pelo indivíduo através de um processo de aprendizagem contínuo ao logo da vida e reproduzidas em seus comportamentos. Depois de aprendidos, os comportamentos se automatizam, tornam-se naturais e inquestionáveis. Essa rotinização das ações sociais se dão de maneira mecânica, quase automática, regida por um princípio estruturador de ações, percepções e comportamentos, Bourdier<sup>23</sup> denomina de *habitus*.

As diversas ações realizadas no cotidiano, sejam elas educacionais, econômicas ou religiosas, são apreendidas por um conjunto de fatores. Assim, a maneira de vestir, o gosto por uma comida ou estilo de música, a linguagem corporal e a fala, o uso da tecnologia e suas possibilidades são aprendidos, internalizados e vivenciados com a sensação de naturalidade no cotidiano.

---

<sup>22</sup> SÁ, Celso Pereira de. *Representações Sociais: o conceito e o estado atual da teoria*. In: SPINK, Mary Jane Paris (org.). *O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 37.

<sup>23</sup> BOURDIER, Pierre. *Le sens pratique*. Paris: Minuit, 1980. p. 88

Essa repetição inconsciente de ações cotidianas, “é a essência da institucionalização. A realidade da vida cotidiana é continuamente reafirmada na interação do indivíduo com os outros”<sup>24</sup>.

Martino afirma que o *habitus* “torna-se uma espécie de matriz geradora de esquemas de ação e percepção social que, sob a ilusão da naturalidade, parecem ao indivíduo como absolutamente corretos e coerentes”<sup>25</sup>. Essas incorporações são arbitrárias e imperceptíveis ao sujeito, ocorrendo na relação da conjuntura onde se está inserido.

O *habitus* alcança todas as atividades humanas. Quaisquer ações repetidas tendem a ser padronizadas, moldadas e reproduzidas. Sua reprodução ocorre por que, estas são significativas ao indivíduo, “embora o significado em questão se torne incluído como rotina em seu acervo geral de conhecimento, admitidos como certos por ele e sempre à mão para os projetos futuros”<sup>26</sup>.

No campo religioso, o *habitus* ocorre na mesma dimensão que as demais práticas sociais. Elas são incorporadas ao cotidiano do fiel desde seu ingresso na instituição religiosa. Os diversos meios utilizados para divulgar as informações religiosas tendem a inculcar no fiel o propósito de torná-lo um reproduzidor das crenças, ideais e valores produzidos institucionalmente.

A preocupação das instituições religiosas em assegurar a educação em distintos níveis visa permitir uma socialização em momentos distintos da trajetória social. O trabalho de construção social do indivíduo obedece, nesse caso, a características diferentes daquele que vai integrar, por exemplo, o campo militar.[...]A instituição religiosa forja, depois de alguns anos de inculcação e aprendizado, o nascimento de um “agente social” que interiorizou de tal forma a ordem coletiva, que sua atuação dispensará comandos para ajustar-se à expectativa que dele tem a instituição<sup>27</sup>.

As instituições religiosas exercem controle sobre a conduta humana definindo padrões aceitáveis, “que a canalizam em uma direção por oposição às muitas outras direções que seriam teoricamente possíveis”<sup>28</sup>.

---

<sup>24</sup> BERGER, 2009. p. 191

<sup>25</sup> MARTINO, 2003.p.75

<sup>26</sup> BERGER, 2009. p.75

<sup>27</sup> MARTINO,2003.p.82

<sup>28</sup> BERGER, 2009. p.77

Esse *habitus* religioso na IASDMR é perceptível, tanto em relação ao modelo institucional quanto aos padrões individuais adotados em relação ao uso das redes sociais. Institucionalmente, as postagens sempre reforçam a história, o exemplo de fé dos pioneiros e as regras a serem dietéticas e morais a serem seguidas pelos adeptos. São transferências emotivas que através de testemunhos, depoimentos e orientações buscam resgatar o valor do passado, agora ressignificado pelos discursos morais. A incorporação destas mensagens midiáticas pelos fiéis se mostra pela reprodução em seu cotidiano. A presença de fiéis da IASDMR nas redes sociais, confere uma sensação de aparente liberdade, embora sejam vítimas do *habitus* institucional que lhes inculcou uma prática de reprodução.

Nas páginas pessoais das redes sociais dos adeptos da IASDMR, o script de suas postagens tem sempre um viés religioso, voltado as concepções e programações denominacionais, textos com reflexões religiosas, orações e meditações, excertos de livros, vídeos motivacionais e outros. São reproduções em menor escala do padrão institucional, demonstrando que as redes sociais têm múltiplas direções.

## Conclusões

O processo de mediação da IASDMR se constitui com discursos persuasivos, de resistência à secularização e a mediação como mecanismo de controle dos fiéis. Ao utilizar os veículos midiáticos, em especial a internet, para divulgar suas mensagens, valores e crenças, a IASDMR incorpora todas as mudanças sociais que, que também, influenciam seus adeptos. A realidade mutável se revela no fato de que, a alguns anos, a sociedade era passiva na recepção dos conteúdos divulgados pelos meios de comunicação. Atualmente ela se articula, se pronuncia e se modifica através das mídias.

A constância no uso de mídias sociais, reforça o slogan de "dar às pessoas o poder de construir uma comunidade e aproximar o mundo"<sup>29</sup>, onde o cotidiano, a vida pessoal e coletiva passam a ser pensados em uma dinâmica virtual.

---

<sup>29</sup> FRIER, Sarah. CHAFKIN, Max. *Nova missão de Zuckerberg para o facebook: aproximar o mundo*. 23/06/17. Disponível em: < <https://economia.uol.com.br/noticias/bloomberg/2017/06/23/nova-missao-de-zuckerberg-para-o-facebook-aproximar-o-mundo.htm> > Acesso em 27 jun 2018.

Desta forma, a midiaticização da IASDMR se constitui em um movimento de fronteira, onde as crenças e valores do passado, que procuram manter a unidade em relação a identidade adventista se reveste de meios tecnológicos próprios da modernidade. Nesse processo racionalizante, a IASDMR parece dispor de meios educacionais que reafirmam os diversos princípios que sustentam a instituição. Faz uso do racionalismo filosófico no campo educacional para possibilitar que o fiel possa estar conectado com Deus. O que nos parece um paradoxo.

## Referências

ALENCAR, Gedeon. *Protestantismo tupiniquim – hipóteses sobre a (não) contribuição evangélica à cultura brasileira*. 3ª ed. São Paulo: Arte, 2005, p. 81.

BARRERA, Pablo. *Fragmentação do sagrado e crise das tradições na pós-modernidade: desafios para o estudo da religião*. In.: TRANSFERETTI, José.

GONÇALVES, Paulo Sérgio Lopes. *Teologia na pós-modernidade – abordagens epistemológica, sistemática e teórico-prática*. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARRERA, Paulo. *Matrizes protestantes do pentecostalismo*. In: João Décio Passos (org.). *Movimentos do Espírito: matrizes, afinidades e territórios pentecostais*. São Paulo: Paulinas, 2005.

BLOCH, Marc. *Apologia da história ou o ofício do historiador*. São Paulo: Zahar, 2002.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Cia das Letras, 1996.

\_\_\_\_\_. *Gênese e Estrutura do Campo Religioso*. In: BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. Org. Sérgio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2007a.

CAVALCANTI, Vinícius Manrique. Bourdieu leitor de Weber: pistas para uma gênese do conceito de campo. *Rev. Cadernos de Ciências Sociais da UFRPE*, Recife, 2012. p.26-46.

FIORIN, José Luiz. *O regime de 1964: discurso e ideologia*. São Paulo: Atual, 1988.

GOMES, P. G. *Da Igreja eletrônica à sociedade em midiaticização*. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 30

JORNAL de *Dresden Neueste Nachrichten*. Alemanha. 12 de abril de 1918.

*JORNAL Stuttgarter Neues Tageblatt*, Alemanha. 26 de setembro de 1918.

KRAMER, Helmut H. *Os Adventistas da Reforma*. Trad. Francisco Alves de Pontes. São Paulo: Casa Publicadora Brasileira, 1991.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais – sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 2005.

ORLANDI, E. P. *A Linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 2ª ed. Campinas: Pontes, 1987.

OS ADVENTISTAS DA REFORMA. *Quando e porque surgiu o movimento da Reforma*. 04/09/12. Disponível em: <<http://adventistas-reformistas.blogspot.com.br/2012/09/>> Acesso em 12 abr 2018.

VERDADE, Arauto da. *Quando e por que surgiu o movimento da reforma*. 04/09/12. Disponível em: <[http://adventistas-reformistas.blogspot.com/2012/09/quando-e-por-que-surgiu-o-movimento-de\\_4.html](http://adventistas-reformistas.blogspot.com/2012/09/quando-e-por-que-surgiu-o-movimento-de_4.html)> Acesso em 20 mai 2018.

WEBER, Max. *Economia e sociedade*. Universidade de Brasília: Brasília, 2004.

**Como citar este artigo (Formato ABNT):**

MOURA, Kênia Moraes de Resende. Novos Espaços do Sagrado: Miatização e o Fenômeno Religioso na Igreja Adventista do Sétimo Dia Movimento da Reforma. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, 2018, vol.12, n.42, p.1-12. ISSN: 1981-1179.

Recebido: 10/08/2018.

Aceito: 13/08/2018