



# RELIGIÃO, PANDEMIA E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL: O QUE OS GRUPOS RELIGIOSOS NOTICIARAM NO PICO DO ISOLAMENTO SOCIAL DA COVID-19 NO BRASIL

RENATA DA CRUZ PAES<sup>1</sup>

31

**Resumo:** O ano de 2020 foi marcado pelo início da pandemia mundial do novo coronavírus (COVID - 19). Ciência, poder público e políticos posicionaram-se diante do acontecimento. No mesmo período, as igrejas passaram a ter maior relevância no cenário mundial e midiático, ao promover mensagens de esperança e projetos sociais. A presente pesquisa busca mostrar o que diferentes grupos religiosos predominantes no Brasil comunicaram e como se posicionaram no auge do isolamento social. Para tanto, buscou-se analisar os tipos de notícias divulgadas nos sites institucionais das Igrejas Católica, Congregação Cristã no Brasil, Universal do Reino de Deus, Batista, Adventista do Sétimo Dia, Espírita e afro-brasileira. A partir do levantamento e da técnica de Análise de Conteúdo (AC), contabilizou-se 487 publicações, que foram divididas em 11 editorias. Com exceção do site “universal.org”, os demais convergiram para um discurso semelhante ao da ciência e das autoridades de saúde quanto à importância do isolamento social. Os sites “Vatican News”, “universal.org” e “adventistas.org” mantiveram o público constantemente atualizado sobre os assuntos relacionados ao coronavírus. As igrejas, ao produzirem conteúdos informativos, reforçam a relevância que os sites têm com o público, como ferramentas de comunicação oficial, institucional e essencial durante pandemia.

<sup>1</sup> Mestra em Ciências Ambientais (Universidade do Estado do Pará - UEPA), Especialista em Assessoria de Imprensa e Jornalismo Empresarial (Estácio - MG). Graduada em Jornalismo (Faculdade de Estudos Avançados do Pará - FEAPA). Assessora de Comunicação da Igreja Adventista em Belo Horizonte. Contato: contact.renatapaes@gmail.com.

**Palavras-chaves:** Comunicação Institucional. Notícias. Covid-19. Pandemia. Igrejas. Isolamento Social.

## RELIGION, PANDEMIC AND INSTITUTIONAL COMMUNICATION: WHAT RELIGIOUS GROUPS REPORTED AT THE PEAK OF THE COVID-19 SOCIAL ISOLATION IN BRAZIL

**Abstract:** The year 2020 was marked by the beginning of the worldwide pandemic of the new coronavirus (COVID - 19). Science, public authorities and politicians took a stand before the event. In the same period, churches became more relevant on the world and media scene, promoting messages of hope and social projects. This research seeks to show what the different religious groups prevalent in Brazil communicated and how they positioned themselves at the height of social isolation. To this end, we sought to analyze the types of news published on the institutional websites of the Catholic, Christian Congregation in Brazil, Universal Kingdom of God, Baptist, Seventh-day Adventist, Spiritist and afro-brazilian churches. Based on the survey and the Content Analysis (AC) technique, 487 publications were counted, which were divided into 11 editorials. With the exception of the website "universal.org", the others converged on a discourse similar to that of science and health authorities, regarding the importance of social isolation. The websites "Vatican News", "universal.org" and "adventistas.org" kept the public constantly updated on matters related to the coronavirus. The churches, when producing informative content, reinforce the relevance that the websites have with the public, as tools of official, institutional and essential during a pandemic.

**Keywords:** Institutional Communication. News. Covid-19. Pandemic. Churches. Social Isolation.

### 1. Introdução

Segundo a *Google Trends*, plataforma criada em 2004 para monitorar as buscas dos usuários na internet, em abril de 2020, as palavras "Deus", "fé", "oração" e "meditação" atingiram o recorde de pesquisas no mundo (MARTINS, 2020). Vale lembrar que esse momento foi marcado pela determinação das medidas de isolamento social estabelecidas pelo poder público para conter à pandemia da Covid-19 no Brasil.

Diante do cenário de incertezas sobre o futuro, desemprego, mortes sendo noticiadas diariamente, Reinaldo e Santos (2016) enfatizam que as pessoas buscam o envolvimento religioso para obter bem-estar físico e emocional.

Os grupos religiosos podem ser vistos como redes de apoio social e espiritual. Entretanto, até eles, conforme lembram Banni et al. (2020), foram restringidos pelo distanciamento social, por conta do cancelamento dos cultos nas igrejas durante a pandemia. Então, o que fazer diante de templos fechados e pessoas em busca de suporte emocional por meio da fé?

Para não perder o contato com os fiéis, as congregações religiosas migraram para o ambiente digital. Os encontros religiosos, predominantemente realizados em espaços físicos, se transformaram em cultos virtuais. Os *sites institucionais*, assim como as redes sociais, também ganharam mais relevância.

Segundo Golinelli (2020), as mudanças abruptas na vida das pessoas aceleraram os processos de transformação digital para que as novas necessidades fossem sanadas pelos serviços oferecidos na *internet*. Durante a pandemia, não só a tv, rádio ou as redes sociais, mas também os *websites* organizacionais das congregações religiosas se tornaram, como definem Sant'Anna e Fernandes (2018), uma "vitrine virtual" capaz de estreitar o relacionamento das organizações com o público de interesse.

Ao relacionar a comunicação organizacional com a *internet*, Terra (2006) destaca ser de relevância ao usuário, interativa, ágil, que permite a construção coletiva de ideias e de fácil disseminação de conteúdo. Vantagens comunicacionais fundamentais diante de uma pandemia, visto que as instituições religiosas precisam manter-se em constante comunicação com os fiéis.

## 2. A Pandemia no Brasil e no Mundo

A Organização Mundial de Saúde (OMS) foi alertada, em 31 de dezembro de 2019, sobre casos de pneumonia na cidade de Wuhan, China (ISAÚDE, 2020). Suspeitava-se de um novo tipo de coronavírus, até então, não identificado em seres humanos. Em 7 de janeiro veio a confirmação do novo coronavírus pelas autoridades chinesas. Dia 11, o novo vírus recebeu o nome de SARS-CoV-2.

Em 21 de janeiro foi registrado, nos Estados Unidos, o primeiro caso de COVID-19 em alguém que teria retornado da China. Em 23 do mesmo mês, a OMS comunicou que o vírus era emergente na China, mas o nível de contaminação mundial era moderado, como noticiou a reportagem do *G1*, em 3 de abril de 2020 (PINHEIRO, 2020).

Tudo indica que a pandemia alterou a rotina dos brasileiros de 26 de fevereiro em diante, quando houve a confirmação do primeiro caso no Brasil. O paciente era um homem de 61 anos, que retornou da Itália e deu entrada no Hospital Albert Einstein (SP). Em 29 de fevereiro, o Brasil teve o segundo caso importado do coronavírus.

No início de março, o Ministério da Saúde confirmou dois casos do novo coronavírus e 433 suspeitos. Em 5 do mesmo mês, confirmou-se a primeira transmissão interna, no Brasil. A edição extra do *Diário Oficial da União* (DOU) publicou a assinatura de contratos para aquisição de máscaras de proteção.

Em 12 de março ocorreu a primeira morte por coronavírus no Brasil. No dia seguinte, o Ministério da Saúde regulamentou os critérios de isolamento para a quarentena. As igrejas em todo o Brasil tiveram os cultos cancelados.

Depois de 114 países atingidos pela doença, em 11 de março, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o novo coronavírus como uma pandemia. A Europa se tornou o epicentro da doença no mundo. Em 22 do mesmo mês, o Brasil apresentou o maior índice do isolamento social (62,2%).

Em 19 de maio, com 17.971 mortos e 271.628 casos, o Brasil esteve entre os três países com o maior número pessoas infectadas, atrás apenas dos EUA e Rússia. Segundo a OMS, em maio, a América do Sul tornou-se o novo epicentro do vírus e o Brasil o país mais afetado.

Em 2 de junho, cidades brasileiras iniciaram a flexibilização das restrições. O Organização Pan-Americana de Saúde (Opas) recomendou cautela. Ainda em junho, o país registrou 100 mil novos casos em três dias. O Ceará passou a ter mais mortes do que a própria China. Nesse período, o Brasil entrou como o segundo maior país com casos de pessoas infectadas por COVID-19.

Em 19 de junho, o Brasil ultrapassou um milhão de infectados pelo vírus. No mesmo mês a OMS declarou o país como responsável por uma a cada quatro mortes nas Américas. Em 1º de

julho, o boletim epidemiológico do Ministério da Saúde informou que houve redução de mortes pelo coronavírus.

Em 6 de agosto, o Instituto Butantan informou a possibilidade de a vacina contra o coronavírus estar em circulação até outubro de 2020. Enquanto o Brasil registrava a marca de três milhões de infectados, a Rússia anunciava a primeira vacina chamada de *Sputnik V*.

Em 9 de novembro, a Anvisa interrompeu os testes em humanos da vacina Coronavac, realizadas pelo Instituto Butantan. O motivo teria sido um “evento adverso grave” com um dos voluntários, como noticiou o G1 (2020). Dois dias depois, o Instituto Butantan teve autorização para retomar os testes, visto que a morte do voluntário, segundo a instituição, ocorreu por suicídio.

Até o final de novembro, o Brasil tinha registrado 170.199 óbitos e 6.127.819 diagnósticos por Covid-19. As informações foram obtidas pelo consórcio de veículos de imprensa com os dados das secretarias estaduais de Saúde. Em janeiro de 2021, São Paulo deu início a vacinação da população e os demais estados deram continuidade.

### 3. Comunicação Institucional na Pandemia

A comunicação é uma parte essencial das organizações. É por ela que os grupos existem e estabelecem relacionamento com o público. Segundo Kunsch (2003), a comunicação institucional envolve um conjunto de informações de interesse público a respeito das filosofias, políticas, práticas e objetivos de uma organização. Portanto, a comunicação de uma instituição deve ser pensada numa perspectiva que contemple a contemporaneidade.

A comunicação religiosa, já ambientada na *web*, precisou adaptar-se às novas rotinas de produção de conteúdo. Diante da pandemia da COVID-19, em meio a conflitos e tomadas de decisões políticas, houve instituições religiosas que fecharam os templos e aquelas que mantiveram-se abertas, como mostrou as reportagens veiculadas na *Pública*, em 19 de março de 2020, com o título “Megaigrejas continuam abertas e dizem que fé cura coronavírus” (MACIEL; DIP; RIBEIRO, 2020), e do G1, publicada em 16 de abril, com a chamada: “Coronavírus: em meio à pandemia, igrejas seguem realizando cultos lotados, em MG” (MARQUES, 2020).

Diante de decretos governamentais, posicionamento científicos, a pergunta que fica é: como as instituições religiosas no Brasil se posicionaram diante da pandemia? Será que dentro das organizações religiosas, o discurso da fé prevaleceu acima das recomendações científicas e médicas, quanto à COVID-19? Quais discursos institucionais foram adotados pelas igrejas?

O que move este trabalho vai além da buscar por uma reflexão sobre comunicação institucional religiosa diante de crises como a do coronavírus. A presente pesquisa busca apresentar o posicionamento religioso, na *web*, diante do contexto da pandemia de COVID-19 que o mundo todo enfrenta.

A comunicação institucional, de caráter informativo e social, responsável em cuidar da imagem e reputação de uma empresa, se não for bem desenvolvida, pode gerar mais fragmentação da realidade e falsas notícias sobre um tema de interesse global, social e científico.

#### 3.1. Fundamentação Teórica

Diante de uma pandemia, em que atitudes individuais passaram a afetar o coletivo, a comunicação institucional das igrejas exerce mais ainda o papel de influência.

Marshall McLuhan (1964), na obra *Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem*, afirma que “o meio é a mensagem”. Em outras palavras, a presença de determinado meio de comunicação que informa a sociedade também a transforma, muda hábitos e a percepção que as pessoas têm do mundo.

O presente estudo baseia-se na ideia de Martino (2017), que atribui às crenças o modo como as pessoas, sociedade, comunidade vivem e relacionam-se uns com os outros. Lemos e Amado (2020) chegaram a dizer que até 2013 a internet seria o veículo de comunicação mais utilizado pelas Igrejas no Brasil.

Logo, como enfatizam Maciel e Garcia (2006), as comunidades virtuais refletem o que as comunidades físicas pensam e praticam. E é pela comunicação institucional que as empresas, neste caso, grupos religiosos, constroem a própria personalidade perante seus públicos, ao divulgar suas filosofias, políticas e práticas (GARÇON, 2010).

Após a flexibilização das medidas de isolamento e o retorno gradativo aos cultos presenciais, os cultos on-line estabeleceram-se como uma contínua alternativa para quem ainda se resguarda em isolamento social, como é o caso dos idosos.

Banni et al. (2020) perceberam que o isolamento social potencializou as interações entre os fiéis nas redes sociais, ao agregar valor e engajamento nas comunidades religiosas.

É neste ponto que esta pesquisa se mostra mais relevante ainda, pois as redes sociais institucionais têm sido alvo de centenas de pesquisas, antes mesmo da pandemia. Porém, muito antes da consolidação das redes sociais, já existiam outras plataformas digitais para divulgação de informações institucionais, como os *sites* dos grupos religiosos.

Eles são fontes oficiais e por meio deles as instituições buscam divulgar comunicados oficiais, conteúdos doutrinários e de interesse público. Porém, há escassez de autores que analisam esta ferramenta e, conseqüentemente, recebe menos visibilidade para questionamentos do que é publicado pelos grupos religiosos.

## 3.2. Metodologia

Diante da pluralidade religiosa no Brasil, a presente pesquisa analisa as notícias dos *sites* das igrejas Católica, Batista, Universal, Assembleia, Adventista do Sétimo Dia, bem como Espírita e religiões afro-brasileiras durante o período de maior isolamento social da pandemia de COVID-19 no Brasil, a partir de março de 2020.

O estudo também quantificará que grupo religioso mais publicou no *site* institucional durante o maior pico de isolamento, identificará que tipos de informações foram prioritárias e apresentará o discurso das igrejas em relação as medidas de isolamento social

Para tanto, utiliza-se a técnica da Análise de Conteúdo (AC), que se apresenta como “um transporte de significações de um emissor para um receptor controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo” (BARDIN, 1977, p. 32).

A AC é uma técnica de investigação aplicada tanto para pesquisas quantitativas quanto qualitativas. A diferença é que, segundo Silva et al. (2005), Caregnato e Mutti (2006), a quantitativa resulta na frequência de características repetidas no conteúdo do texto, enquanto a qualitativa se verifica a ausência ou presença de determinada característica de um trecho da mensagem.

Neste trabalho utiliza-se quatro procedimentos para delimitar a amostragem das matérias jornalísticas. A primeira refere-se à escolha das instituições religiosas; seguida de pré-análise das matérias jornalísticas; depois, categorização; e, finalmente o tratamento dos dados.

A escolha das instituições religiosas baseia-se no Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), que mostra o segmento religioso da população residente

no Brasil. Dentre os seis grupos religiosos citados abaixo, selecionou-se os quatro primeiros mais expressivos: católicos, evangélicos, espíritas e afro-brasileiros.

A partir de 1980, o Brasil passou a vivenciar o chamado pluralismo religioso (MARTINO, 2017). Ainda segundo Martino (2017), o Brasil já não tinha mais o catolicismo como denominação principal. Movimentos religiosos minoritários – evangélicos e espíritas – passaram a se organizar e a ganhar espaço.

Grupos Religiosos Residentes no Brasil		
Grupo Religioso	População	Porcentagem
Brasil	190.755.799	100%
Católicos Apostólicos Romanos	123.972.524	64,99%
Evangélicos	45.356.652	23,78%
(Kardecistas) Espíritas	3.910.615	2,05%
(Afro-brasileira) Umbanda	407.331	0,21%
Budismo	243.966	0,13%
(Afro-brasileira) Candomblé	167.363	0,09%

Fonte: IBGE, 2010.

No grupo “Evangélicos” há instituições religiosas que se distinguem pelas doutrinas. Portanto, houve a necessidade de classificar os evangélicos em “pentecostais” e “não pentecostais”, como Bohn (2004) fez ao tratar do perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e comportamento eleitoral dos evangélicos no Brasil.

Na América Latina, o termo *evangélico* determina as igrejas protestantes históricas não pentecostais (Luterana, Presbiteriana, Congregacional, Anglicana, Metodista, Batista, Adventista), as pentecostais (Congregação Cristã no Brasil, Assembleia de Deus, Evangelho Quadrangular, Brasil Para Cristo, Deus é Amor, Casa da Bênção etc.) e as neopentecostais (Universal do Reino de Deus, por exemplo).

Portanto, o pentecostalismo distingue-se do protestantismo histórico, do qual originou-se ao pregar a crença na contemporaneidade dos dons do Espírito Santo, entre os quais se reforça os dons de línguas e milagres (cura de pessoas doentes), que seria um tipo de prática do cristianismo primitivo.

Para entender melhor a escolha dos grupos religiosos selecionados, Bohn (2004) utiliza os dados gerados com base nos *surveys* do Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB)<sup>2</sup>, realizado em 2002, que separa as diferenças religiões em grupos que se distinguem pelas doutrinas. Abaixo a tabela com o nome das instituições religiosas e o percentual de membros.

Distribuição das principais denominações religiosas, de acordo com o ESEB		
Religiões		Somente Evangélicas
Evangélicas Pentecostais	Assembleia de Deus	30,8%
	Congregação Cristã no Brasil	9,6%
	Universal do Reino de Deus	6,8%
	Outras Pentecostais	20,2%
Evangélicas Não Pentecostais	Batistas	12,9%
	Outras Não Pentecostais	9,8%
Outras Evangélicas	Não especificada a denominação	9,8%
<b>Total de Evangélicas</b>		<b>100%</b>

Fonte: ESEB, 2002.

<sup>2</sup> O ESEB trata-se de uma pesquisa pós-eleitoral que buscou traçar os contextos sócio-políticos que afetam diretamente as dinâmicas eleitorais. Entre as variáveis pesquisadas estão as crenças dos cidadãos.

Para a pré-análise das matérias jornalística selecionamos as denominações com *site* institucional. Foram elas: Igreja Católica; Congregação Cristão no Brasil e Universal do Reino de Deus (evangélicas pentecostais); Batistas e Adventistas (evangélicas não pentecostais); Espíritas e afro-brasileiras.

Sites selecionados dos Grupos Religiosos	
Religião	Endereço
Igreja Católica	www.vaticannews.va/pt.html
Congregação Cristão no Brasil	www.congregacaocristanobrasil.org.br/
Universal	www.universal.org/
Batista	www.convencaobatista.com.br/
Adventista	www.adventistas.org.br
Espírita	www.febnet.org.br/portal/
Afro-brasileira	www.noticiasdeterreiro.com.br

Fonte: Autora, 2020.

Apesar de a Assembleia de Deus ser o grupo religioso evangélico pentecostal com maior número de membros, o *site* institucional não favoreceu a busca das notícias por data, o que inviabilizou definir a amostragem a ser analisada.

Era importante ter a data das matérias, visto que a amostragem foi delimitada de 15 de março a 4 de abril de 2020. O período compreende uma semana antes até uma semana depois da data de maior pico de isolamento social no Brasil, 22 de março, com 62,2% de índice registrado, segundo o Mapa do Índice de Isolamento Social no Brasil<sup>3</sup>.

Fez-se o levantamento quantitativo de notícias, classificando-as conforme as editorias, que são seções especializadas em temáticas específicas.

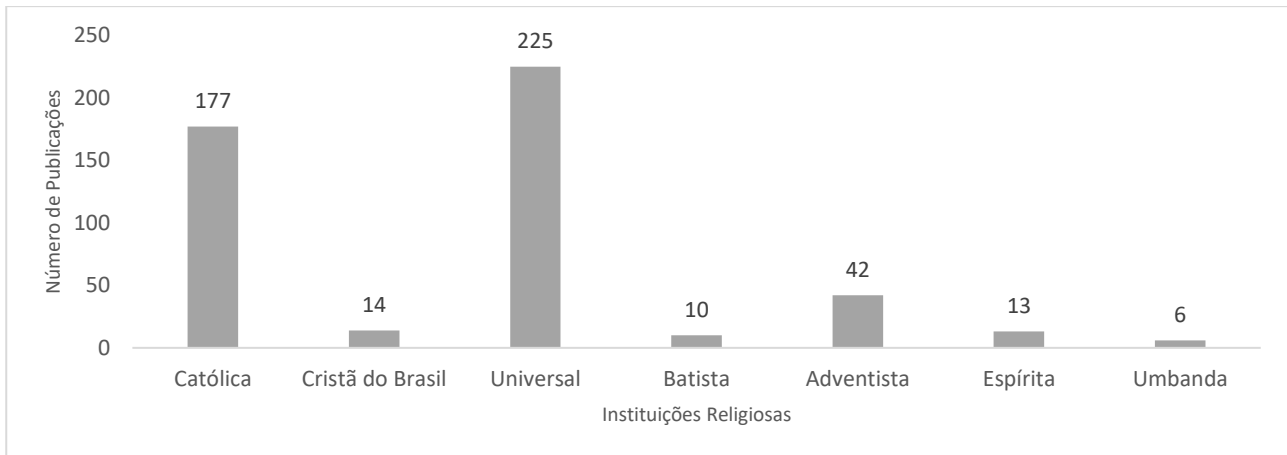
## 4. Resultados e Discussão

De 15 de março a 4 de abril de 2020 foram contabilizadas 487 publicações (Figura 1) nos *sites* institucionais da Igreja Católica, Congregação Cristã no Brasil, Universal do Reino de Deus, Batista, Adventista, Espírita e afro-brasileira (que compreende o Candomblé, Umbanda, Quimbanda, Batuque, além das demais crenças e culturas de origem afro e brasileira).

Percebeu-se que o *site* da igreja Universal teve maior quantidade de conteúdo publicado (225), seguido da Católica (117) e Adventista do Sétimo Dia (42). Apesar de o catolicismo ter um número maior de fiéis no Brasil e estar presente na comunicação desde os anos 1930 (PRATA; LOPES; CAMPELO, 2014), Cunha (2019) reforça que a Igreja Universal, nos últimos anos, investiu massivamente nos meios de comunicação como rádio, *tv* e *website*.

Mariano (2004) ressalta que a Igreja Universal foi responsável por dar início ao movimento do neopentecostalismo, que é uma das vertentes do pentecostalismo que mais cresce atualmente, e é a que ocupa maior espaço na televisão brasileira. O neopentecostalismo se iniciou na segunda metade de 1970, cresceu e ganhou visibilidade com a Universal do Reino de Deus.

<sup>3</sup> O Mapa do Índice de Isolamento Social no Brasil mostra a o percentual da população que respeita a recomendação de isolamento. Ele foi desenvolvido para auxiliar as autoridades, segurança pública, comunicação e saúde. Disponível em: <<https://bit.ly/3mj5dl5>>. Acesso em 22 Mar. 2021.



Fonte: Autora, 2020

A Congregação Cristã no Brasil chama atenção ao fato de ser o segundo maior grupo de evangélicos pentecostais, acima, inclusive, da Igreja Universal, e ainda assim apresentar apenas 14 publicações no *site* institucional.

A baixa adesão do *site* institucional para publicação de conteúdo durante a pandemia pode ser justificada pelo que Mariano (2004) identifica como rejeição ao evangelismo eletrônico, editorial e musical. Cunha (2019) também ressalta que até 1950 a Congregação Cristã no Brasil rejeitava qualquer comunicação em meios de massa, como rádio, tv e jornais.

Ainda de acordo com o mesmo autor, “tal postura hoje se alterou na Assembleia de Deus, que passou a se descaracterizar, mas não na Congregação Cristã no Brasil, que ainda mantém irremovível no tradicionalismo, ainda que com pequenas alterações na área de usos e costumes” (CUNHA, 2019, p. 68).

Em terceiro lugar ficou a Igreja Adventista do Sétimo Dia, com 42 matérias publicadas. Esse número representa 19% de todo o conteúdo publicado pelo *site* “*Vatican News*” e 24% em relação a Universal. Segundo Sousa (2017), ao longo dos anos, a Igreja Adventista tentou encontrar novas formas de se comunicar com o público, visto que o começo de tudo ocorreu por meio de publicações impressas.

Depois do meio impresso, os adventistas investiram no rádio com o programa “A Voz da Profecia” (especificamente em 1943), mas houve resistência por parte das emissoras em transmitir um programa não católico (FONSECA, 2008). Hoje os adventistas já possuem tv própria (TV Novo Tempo), redes sociais, *site* institucional, aplicativos e produções cinematográficas.

O *site* “Convenção Batista”, em três semanas, teve apenas 10 publicações. Apesar de a instituição anunciar no *site* que a principal missão é ser a maior rede de comunicação cristão do Brasil (CUNHA, 2017), notou-se a desatualização do conteúdo postado no *site*.

Os batistas, apesar de serem donos da Rede Super de Televisão (CUNHA, 2017) e terem investido na indústria fonográfica com o grupo Diante do Trono (ROSAS, 2011), por vezes, atuam de forma independente e com lideranças diferentes, como é o caso da Igreja Batista da Lagoinha, uma ramificação da congregação Batista dentro do mesmo grupo religioso.

O congregacionalismo batista estimula a descentralização da informação institucional, visto que as ramificações acabam adquirindo independência de conteúdo, informação e identidade.

O *site* “*febnet*”, da Federação Espírita Brasileira, fez 13 publicações. A instituição demonstrou ter um *site* estruturado, ao dispor de seções como “Editora”, “Mídias Espíritas” e “Assessoria de Imprensa”. Porém, contrastou com a desatualização das notícias divulgadas.



Ainda é bem restrita a atuação dos grupos afro-brasileiros com a comunicação institucional pelo *site* “Notícias de terreiro”. E, embora o Censo do IBGE classifique as religiões afro-brasileiras como menor representatividade, PRANDI (2004) esclarece que esses índices não correspondem à realidade.

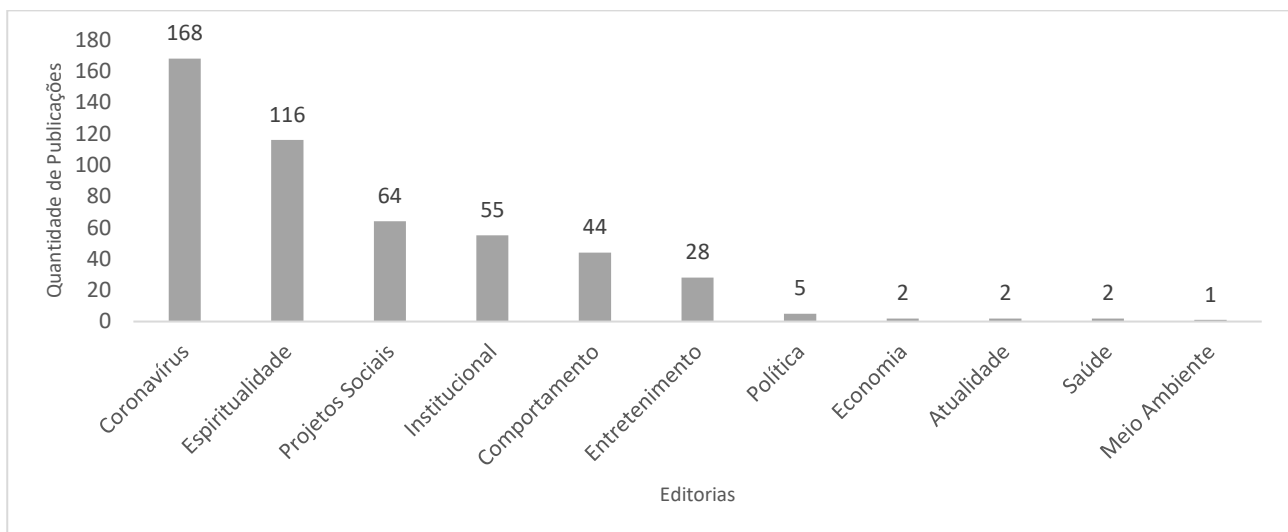
Ainda de acordo com o mesmo autor, há registros de que os grupos afro-brasileiros começaram a aparecer pelo século XIX, quando a única religião aceita no país era o catolicismo. Este grupo religioso ainda é muito estigmatizada e sofre preconceitos pelas suas formas de adoração.

De acordo com Prandi (2004, p. 205), “com o tempo, as religiões afro-brasileiras tradicionais se espalharam pelo Brasil todo, passando por muitas inovações, porém quanto mais tradicionais os redutos pesquisados, mais os afro-brasileiros continuam se declarando, e se sentindo, católicos”.

Pelo número reduzido de publicações e o espaço de tempo em que os conteúdos são publicados, percebeu-se que o “Notícias de terreiro” não utiliza o *site* institucional como um dos principais meios de se comunicar com o grupo.

## 4.1. Editorias

Identificou-se 11 editorias (seções) nos *sites* institucionais. Todas trataram diretamente de assuntos relacionados à pandemia da COVID-19, com exceção da editoria de “entretenimento”, como descrito no gráfico abaixo.



Fonte: Autora, 2020.

Conteúdos relacionados ao “coronavírus” alcançaram o primeiro lugar em quantidade de publicações, seguido de “espiritualidade” e “projetos sociais” foram os mais frequentes.

A editoria “institucional”, caracterizada por divulgar as ações e decisões dos grupos religiosos frente à pandemia, ficou em quarto como o tema mais tratado. Notou-se a diversidade das temáticas nas editorias.

Nas Tabelas 4 e 5 é possível verificar a quantidade de conteúdo publicado em cada editoria por parte dos *sites* religiosos.

Igrejas/Editorias	Comportamento	Coronavírus	Espiritualidade	Institucional	Política	Projetos Sociais
Adventista	1	10	4	10	0	16
Católica	0	86	0	16	2	21
Cristã no Brasil	0	7	0	6	0	1
Espírita	0	3	9	1	0	0
Umbanda	0	3	0	2	0	0
Universal	43	57	47	16	3	26

Fonte: Autora, 2020.

Igrejas/Editorias	Atualidade	Economia	Entretenimento	Meio Ambiente	Saúde
Adventista	1	0	0	0	0
Católica	0	0	0	0	0
Cristã no Brasil	0	0	0	0	0
Espírita	0	0	0	0	0
Umbanda	0	1	0	0	0
Universal	1	1	28	1	2

Fonte: Autora, 2020.

Apesar de a Igreja Universal ter publicado um número maior de conteúdo, a Igreja Católica foi a que mais publicou sobre a temática do coronavírus, com 86 matérias. Os conteúdos tratavam tanto da doença no Brasil quanto fora do país.

O site “*Vatican News*” teve a cobertura mais ampla no quesito geográfico, ao trazer abordagens da COVID-19 nas Filipinas, Itália, Portugal, Síria, Tóquio, entre outros países.

O site da Igreja Católica também incentivou, por meio das publicações, que os fiéis se apegassem mais a Deus durante a pandemia, orassem mais, se unissem, e orientou os membros a fecharem os templos e acompanharem as missas de casa.

Na editorial “institucional”, os católicos deram prioridade em destacar eventos que foram adiados por conta da pandemia, ordenações de diáconos, datas importantes de feitos católicos. Mostrar a atuação da igreja com projetos sociais durante o período também foi prioridade.

O site “*universal.org*” teve 57 publicações direcionadas à temática do “Coronavírus”. A instituição publicou matérias sobre como se prevenir do coronavírus e orientações aos fiéis quanto aos cultos.

A instituição relacionou o coronavírus com o fim dos tempos, publicou conteúdo acusando a imprensa de oportunismo ao noticiar sobre o posicionamento do dirigente maior da igreja, Edir Macedo, quanto às medidas de isolamento e retorno dos cultos suspensos. A matéria teve como título: “Mídia oportunista ataca Bispo Macedo por tentar evitar o pânico contra pandemia”, publicada em 17 de março de 2020 (UNICOM, 2020).

A instituição também buscou mostrar que a pandemia não deveria alterar a rotina das pessoas, a partir da matéria em 13 de março de 2020, com a seguinte chamada: “Temos que tentar manter uma vida o mais próximo do normal” (BATISTA, 2020b). A chamada faz referência a fala do ministro da Economia, Paulo Guedes.

Identificou-se um esforço institucional de apresentar a pandemia e os reflexos do isolamento social apenas pelo viés negativo, com chamadas de matérias como “O casamento durante a quarentena. Como sobreviver com o cônjuge 24 horas por dia?”, publicada em 28 de março de 2020 (BATISTA, 2020c).

A palavra “sobreviver”, empregada na chamada, passa a ideia de que o isolamento social levou os relacionamentos conjugais ao extremo, a ponto de as pessoas precisarem se suportar para se manterem no lar.

De acordo com o Colégio Notarial do Brasil (CNB/CF), após três meses de pandemia, no Brasil, os divórcios cresceram em 54% (CASTRO, 2020), porém, ao pesquisar sobre o perfil socioeconômico, opiniões e preferências dos evangélicos no Brasil, Bohn (2004) constatou que os evangélicos fazem parte de um grupo que levanta a bandeira do conservadorismo, se comparado a outros grupos religiosos. Portanto, entende-se que as instituições religiosas, com os princípios de conservadorismo familiar, pregam o bem-estar emocional da família.

O site “universal.org” foi o que mais publicou conteúdos sobre comportamento (43). Entre eles: “Mídia sensacionalista prejudica a saúde mental” (BATISTA, 2020d), “A mentalidade que você precisa ter em sua vida” (DANIEL, 2020), “Como saber se meu filho tem depressão?” (DIAS, 2020), “O poder da mulher” (BATISTA, 2020a); “O valor de um sorriso” (MARQUES, 2020); “O relacionamento acabou porque sou muito ciumenta” (TASCIN, 2020).

O site foi o único que teve a editoria de “Entretenimento”, para divulgar as novas produções de entretenimento da Tv Record.

O site “adventistas.org” abordou temas relacionados ao coronavírus, suspensão dos cultos, orientou os fiéis a assistirem os cultos pela *internet* e priorizou mostrar como a igreja atuou socialmente diante da pandemia.

O “adventistas.org” apresentou uma experiência positiva em relação a imprensa, ao divulgar uma matéria realizada pela rede Globo, com a seguinte chamada: “Globo mostra como jovens adventistas usam tecnologia para realizar cultos online”, publicada em 21 de março de 2020 (KAROLINE, 2020).

O grupo religioso aproveitou para reforçar e divulgar as produções de conteúdos digitais, como mostram as seguintes chamadas: “Unasp oferece aulas online para alunos da graduação durante pandemia” (HOTHON; OLIVEIRA, 2020), “Ministérios da Criança e do Adolescente intensificam foco em materiais digitais” (FERNANDES, 2020), e “Educação Adventista cria ambiente com mais de 100 mil aulas on-line” (LEMOS, 2020).

A Congregação Cristã no Brasil apresentou em seu site as editorias “Coronavírus” (7), “Institucional” (6) e “Projetos Sociais” (1). As publicações de “Coronavírus” orientavam os fiéis sobre os métodos de proteção e atualizou os membros sobre as últimas notícias referentes à doença. A editoria “Institucional” informou sobre o cancelamento do culto e transmissões on-line pelo site.

Mesmo diante de um momento que impacta todos os membros da Congregação Cristã no Brasil, ainda assim, notou-se que o grupo religioso permaneceu reticente em relação ao ambiente digital.

Segundo Mariano (2004), a Congregação Cristã no Brasil escolhe se excluir da política partidária e rejeita os evangelismos eletrônico, editorial e musical, mesmo sendo a segunda maior igreja pentecostal do país.

Para alguns grupos religiosos, “um dos desafios mais profundos que a religião enfrenta é o problema de se adequar às mídias de acordo com suas tradições dogmáticas, posto o receio de secularizar sua adoração e liturgia” (SOUSA, 2017, p. 20).

O site “febnt.org”, por meio dos conteúdos publicados, incentivou o lado espiritual dos fiéis, com publicações (9) voltadas às práticas religiosas. No entanto, não deixou de falar da doença (3) e de se posicionar ao cancelar as reuniões.

O “Notícias de terreiro” orientou os membros sobre a doença e as medidas de cancelamento de reuniões e parou de atualizar o site. Situação que não ocorria antes do início da pandemia.

## 5. Considerações Finais

O tema coronavírus esteve presente entre os sete grupos religiosos alvos da pesquisa. Com exceção do *site* “universal.org”, os demais *sites* convergiram para o discurso semelhante ao da ciência e das autoridades de saúde, quanto a importância do isolamento social.

Assim como as pessoas apegaram-se a fé, os grupos religiosos, tentaram amparar os fiéis com conteúdo sobre espiritualidade, amplamente divulgados no *site* institucional. Publicações voltadas à espiritualidade e ações institucionais, não ultrapassaram a quantidade de informações e orientações sobre o coronavírus.

Essa atitude torna claro o papel da comunicação institucional das igrejas: o de dialogar com o público, interno e externo, informar com qualidade, se posicionar e demonstrar interesse e preocupação com o cenário atual.

Identificou-se ainda o empenho dos grupos religiosos, até mesmo da Congregação Cristã no Brasil, quase ausente do ambiente digital, em informar oficialmente sobre as medidas de cancelamento dos cultos frente à pandemia e, assim, não causar dúvidas sobre as decisões da instituição.

Apesar de os grupos religiosos analisados terem doutrinas e formas de cultos diferentes entre si, notou-se o engajamento da Igreja Católica, Universal e Adventista, com atualizações diárias no *site* oficial institucional.

Percebeu-se que os *sites* “Vatican News”, “universal.org” e “adventistas.org” são atualizados cotidianamente, e que a valorização desta plataforma digital (*site*) não necessariamente tem que ver com o número de membros no Brasil, e sim com o engajamento social, político e defesa do que acreditam.

Como grupos que influenciam diretamente no comportamento e pensamento dos fiéis, as igrejas, ao publicarem informações nos *sites* institucionais, reforçam a relevância que as ferramentas de comunicação oficial para orientar o próprio público.

Em período de pandemia, a comunicação institucional dos grupos religiosos não parou, revelando-se como serviço essencial de orientação aos fiéis, produção de conteúdos espirituais e posicionamento institucional.

Ainda assim, é necessário repensar algumas publicações emitidas por grupos religiosos, que por questões ideológicas ou partidárias, podem interferir no comportamento das pessoas, a ponto de afetar a sociedade em geral.

## Referências

BANNI, Maicon et al. Uma Análise Interpretativa Pré- e Intra-Pandemia dos Dados de Redes Sociais no Domínio Religioso. In: **Anais do XI Workshop sobre Aspectos da Interação Humano-Computador para a Web Social**. Porto Alegre: SBC, 2020. p. 1-8. Disponível em: <<https://bit.ly/2PUYnXS>>. Acesso em: 22 mar. 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições, 1977.

BATISTA, André. O poder da mulher. **Universal**. 15 mar. 2020 (2020a). Disponível em: <<https://bit.ly/2R0MYGO>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

BATISTA, André. “Temos que tentar manter uma vida o mais próximo do normal”. **Universal**. 17 mar. 2020 (2020b). Disponível em: <<https://bit.ly/3sYEazr>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

BATISTA, André. O casamento durante a quarentena. Como sobreviver com o cônjuge 24 horas por dia? **Universal**. 28 mar. 2020 (2020c). Disponível em: <<https://bit.ly/31EOe4x>>. Acesso em 23 mar. 2021.

BATISTA, André. Mídia sensacionalista prejudica a saúde mental. **Universal**. 31 mar. 2020 (2020d). Disponível em: <<https://bit.ly/3mcdOqY>>. Acesso em 23 mar. 2021.

BOHN, Simone R. Evangélicos no Brasil: perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral. **Opinião Pública**, Campinas, v. 10, n. 2, p. 288-338, 2004. Disponível em: <<https://bit.ly/3rPx7HR>>. Acesso em: 30 nov. 2020.

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. Pesquisa Qualitativa: Análise de Discurso versus Análise de Conteúdo. **Texto & Contexto Enfermagem**, v. 15, n. 4, p. 679-684, 2006. Disponível em: <<https://bit.ly/2POXOit>>. Acesso em: 27 nov. 2020.

CASTRO, Rodrigo. Divórcios crescem 54% no Brasil após queda abrupta no início da pandemia. **Época**. 12 out. 2020. Disponível em: <<https://glo.bo/2OhUrAj>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

CUNHA, D. A. da. Mídias e pentecostalismos: apontamentos sobre a atuação religiosa nos meios de comunicação. **Revista do Centro Acadêmico Afonso Pena**, v. 24, n. 1, p. 62-84, 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/3wpTNBW>>. Acesso em: 07 dez. 2020.

DANIEL. A mentalidade que você precisa ter em sua vida. **Universal**. 02 abr. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/39zma6H>>. Acesso em 23 mar. 2021.

DIAS, Rafaela. Como saber se meu filho tem depressão? **Universal**. 31 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/39Bivfl>> Acesso em 23 mar. 2021.

FERNANDES, Mauren. Ministérios da Criança e do Adolescente intensificam foco em materiais digitais. **Notícias Adventistas**. 24 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3ws83Kz>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

FONSECA, A. B. Muito além do sábado: o pioneirismo adventista na mídia eletrônica religiosa. **Revista de Estudos da Religião**, v. 8, n. 3, p. 89-100, 2008. Disponível em: <<https://bit.ly/31QPa5D>>. Acesso em: 07 dez. 2020.

G1. Anvisa suspende temporariamente teste da vacina CoronaVac, que será produzida pelo Butantan. **Portal G1**. 09 nov. 2020. Disponível em: <<https://glo.bo/3wqUkn3>>. Acesso em 23 mar. 2021.

GARÇON, M. M. **A Responsabilidade Social Corporativa como Sistema Simbólico: o significado construído e compartilhado pela comunicação institucional.** Dissertação (Mestrado). São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2010.

GOLINELLI, D. et al. Adoption of Digital Technologies in Health Care During the COVID-19 Pandemic: Systematic Review of Early Scientific Literature. **Journal of medical Internet research**, v. 22, n. 11, p. e22280, 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3drxFyk>>. Acesso em: 23 dez. 2020.

HOTHON, Mairon; OLIVEIRA, Leandro. Unasp oferece aulas online para alunos da graduação durante pandemia. **Notícias Adventistas**. 25 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3miVrjZ>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

IBGE. **Censo Demográfico 2010 - Características Gerais da População. Resultados da Amostra.** 2010. Disponível em: <<https://bit.ly/3fFreKY>> Acesso em: 2 nov. 2020.

ISAÚDE. **Saiba como surgiu o COVID-19.** 17 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3cPdtrj>>. Acesso em: 22 mar. 2021.

KAROLINE, Ayanne. Globo mostra como jovens adventistas usam tecnologia para realizar cultos online. **Notícias Adventistas**. 21 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3upyf6j>>. Acesso em 23 mar. 2021.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**, v. 2, p. 169-192, 2006. Disponível em: <<https://bit.ly/2R5AQV1>>. Acesso em: 05 jan. 2021.

LEMOS, C. T.; AMADO, W. T. Concepções e uso da mídia e da internet na Igreja Católica. **Pesquisas em Teologia**, v. 3, n. 5, p. 154-174, 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3fRYw9R>>. Acesso em: 05 jan. 2021.

LEMOS, Felipe. Educação Adventista cria ambiente com mais de 100 mil aulas on-line. **Notícias Adventistas**. 27 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3rJnM4l>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

MACIEL, Alice; DIP, Andrea; RIBEIRO, Raphaela. Megaigrejas continuam abertas e dizem que fé cura coronavírus. **Pública**. 19 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/39D0FI1>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

MACIEL, C.; GARCIA, A. C. B. DemIL: an online interaction language between citizen and government. In: **Proceedings of the 15th international conference on World Wide Web**. 2006. p. 849-850. Disponível em: <<https://bit.ly/2PPJtIU>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

MARIANO, R. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. **Estudos avançados**, v. 18, n. 52, p. 121-138, 2004. Disponível em: <<https://bit.ly/3cMSyF6>>. Acesso em: 05 jan. 2021.

MARQUES, Laura. Coronavírus: em meio à pandemia, igrejas seguem realizando cultos lotados, em MG. **Portal G1**. 16 abr. 2020. Disponível em: <<https://glo.bo/3mg62we>>. Acesso em 24 mar. 2021.

MARQUES, Sabrina. O valor de um sorriso. **Universal**. 17 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3cjoytG>>. Acesso em 23 mar. 2021.

MARTINO, L. M. Sá. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2017.

MARTINS, Elisa. Em tempos de coronavírus, buscas por 'meditação' e 'Deus' batem recorde na internet. **O Globo**, 02 abr. 2020. Disponível em: <<https://glo.bo/3uhD55P>>. Acesso em 22 mar. 2021.

PINHEIRO, Lara. Mundo bateu 9 vezes recordes de casos diários de Covid em outubro, indicam dados da OMS. **Portal G1**. 26 out. 2020. Disponível em: <<https://glo.bo/39Bhz49>>. Acesso em: 22 mar. 2021.

PRANDI, R. O Brasil com axé: candomblé e umbanda no mercado religioso. **Estudos avançados**, v. 18, n. 52, p. 223-238, 2004. Disponível em: <<https://bit.ly/3dxt4uz>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

PRATA, N.; LOPES, D. C.; CAMPELO, W. Panorama do Rádio Religioso no Brasil. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu, 2014.

REINALDO, A. M. dos S.; SANTOS, R. L. F. dos. Religião e transtornos mentais na perspectiva de profissionais de saúde, pacientes psiquiátricos e seus familiares. **Saúde em Debate**, v. 40, n. 110, p. 162-171, 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/2PsVtKg>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

ROSAS, Nina. **Representações e desdobramentos da caridade da Igreja Universal do Reino de Deus**. Dissertação (mestrado) Belo Horizonte: departamento de Sociologia da Universidade Federal de Minas Gerais, 2010.

SANT'ANNA, I. B. de C.; FERNANDES, N. C. A Comunicação Institucional nos Websites Corporativos: um estudo exploratório. *Anagrama*, v. 1, n. 4, p. 1-17, 2008. Disponível em: <<https://bit.ly/2PoSnaj>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

SILVA, C. R.; GOBBI, B.; SIMÃO, A. A. O uso da Análise de Conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 7, n. 1, p. 70-81, 2005. Disponível em: <<https://bit.ly/3sTBK4U>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

SOUSA, A. J. A. de. **Mídia e religião: o uso dos meios de comunicação na igreja adventista do sétimo dia**. Dissertação (mestrado), Vitória, departamento de Ciências das religiões da Faculdade Unida de Vitória, 2017.

TASCIN, Kaline. O relacionamento acabou porque sou muito ciumenta. **Universal**. 16 mar. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3rlG5GF>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

TERRA, C. F. **Digital: o futuro das relações públicas na rede**. Tese (Doutorado), São Paulo, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2006.

UNICOM. Mídia oportunista ataca Bispo Macedo por tentar evitar o pânico contra pandemia. **Universal**. 17 mar. 2020 (2020). Disponível em: <<https://bit.ly/3fD4mf8>>. Acesso em 23 Mar. 2021.