

A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES CULTURAIS DA JUVENTUDE CATÓLICA NO BRASIL SOB A PERSPECTIVA DA RCC (1980-2011)

Aluna: Camila Cristina Gazzola Schiffli.

Orientadora: Karina Kosicki Bellotti.

Palavras-chave: Identidade Cultural, Juventude, Renovação Carismática Católica.

O presente trabalho busca discutir, sob a ótica da História Cultural, os processos de construção das identidades culturais dos jovens católicos, mais especificamente dentro da Renovação Carismática Católica (RCC) no Brasil, ao longo das duas últimas décadas do século XX e da primeira década do século XXI. Para tal, analisa-se um *corpus* documental composto por: a “Carta aos Jovens”, redigida em 1985 pelo então papa João Paulo II; a coletânea de textos datados entre 2005 e 2010 do pontífice Bento XVI intitulada “Bento XVI fala aos jovens: A proposta da vocação cristã no mundo contemporâneo”; a apostila de formação do “Ministério Jovem” da RCC, elaborada por Aldo Quiroga e Fabiana Flores; o material organizacional e de divulgação do “Ministério Universidades Renovadas (MUR)” no formato perguntas/respostas elaborado por Irecê Correia junto à Equipe Nacional de Serviço do MUR em 2008; e um grupo de entrevistas realizadas no segundo semestre de 2011 com jovens carismáticos do Grupo de Jovens “Leão de Judá” da Arquidiocese de Curitiba¹.

A monografia divide-se em três capítulos. O primeiro deles sustenta-se em três eixos: o levantamento das discussões sobre os conceitos de cultura e identidade cultural; a discussão sobre as mudanças no cenário religioso brasileiro nas duas últimas décadas do século XX e da primeira década do século XXI e que lugar ocupam, neste cenário, respectivamente, o catolicismo e a Renovação Carismática Católica; e, por fim, o debate acerca do conceito juventude, seus anseios identitários e possibilidades dentro do quadro religioso atual. O segundo capítulo dedica-se, em primeiro lugar, a analisar o discurso dos dois últimos pontífices em atividade, refletindo como a Igreja Católica, em seu discurso oficial, idealiza, transmite expectativas e se adapta ao nicho jovem, e, em segundo lugar, dedica-se a analisar os documentos de produção carismática no Brasil debatendo, principalmente, que estratégias este grupo adota na formação dos jovens. Por último, no terceiro capítulo, analisam-se as respostas obtidas em entrevistas, discurso em que os próprios alvos da pesquisa definem quem são.

No mundo globalizado, do qual fazem parte as três décadas aqui analisadas, os meios de produção, circulação e troca cultural têm se expandido, através das tecnologias e da revolução da informação. A nova mídia eletrônica possibilitou a compressão do tempo e do espaço, anulando a distância entre pessoas e lugares, causando uma revolução cultural a nível global que teve impacto sobre os modos de viver dos indivíduos, sobre os sentidos que dão à vida e sobre suas aspirações para o futuro².

Nas sociedades globalizadas, a identidade cultural, tida como a forma com que as pessoas entendem, concebem e rotulam quem culturalmente são³, tornou-se uma “festa móvel”⁴ e está sujeita a ser formulada como um conjunto de elementos e informações

¹ A escolha do grupo Leão de Judá se deu de forma aleatória, a partir de uma lista de contatos (fornecida pela coordenação geral da RCC em Curitiba), por melhor disponibilidade de horário e localização central (Bairro Água Verde).

² HALL, Stuart. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 22, nº2, p. 15-46, jul./dez.. Página 1.

³ A definição é de Gordon Mathews. MATHEWS, Gordon. *Cultura Global e identidade individual à procura de um lar no supermercado cultural*. Bauru, SP: EDUSC, 2002. Página 23.

⁴ HALL, Stuart. *A Questão da Identidade Cultural*. Tradução de A. B. M. Jacinto e S. M. Frangella. Textos didáticos-IGCH/UNICAMP. Nº 18 – Junho de 2003. 3ª edição. Página 11.

disponíveis para serem escolhidos e apropriados pelos indivíduos, estejam eles onde estejam, constituindo uma espécie de supermercado global.

Para o sociólogo Gordon Mathews, nesta realidade fervilhante de opções oferecidas por este supermercado, a formação cultural do “eu”, ao mesmo tempo em que não é mais confinada a um determinado lugar, também não é radicalmente livre. Embora exista o sentimento de que os indivíduos escolhem livremente as ideias pelas quais querem viver - como a preferência por música clássica, *rock* ou *reggae*, pela posição política conservadora ou liberal, ou da adesão ao cristianismo, budismo ou ateísmo, dentre alguns dos milhares de exemplos possíveis - é relevante ter mente que existe uma série de fatores que condicionam e limitam as opções disponíveis. O mundo social em que o indivíduo está inserido funciona como um censor, peneirando as proposições culturais que lhe parecem plausíveis, aceitáveis e passíveis de apropriação. Da mesma maneira, assim como no mercado material, no mercado cultural alguns artigos são mais essenciais à vida do que outros, e alguns artigos recebem maior propaganda e visibilidade em detrimento dos demais. Além disso, as identidades pessoais e coletivas caminham interligadas e o indivíduo está sob a constante cobrança de provar sua identidade frente ao grupo⁵.

As expressões religiosas não ficam à parte da realidade de supermercado cultural. “Com a intensificação da globalização, o campo religioso das diferentes sociedades nacionais tende a se pluralizar e os monopólios religiosos são ameaçados”.⁶ Este pluralismo, consequência do respeito à liberdade de escolha e à autonomia do sujeito e da troca intensa entre culturas, gera uma forte competição entre os bens simbólicos oferecidos pelas igrejas, levando-as a adaptar suas mensagens ao público, que passa a ser visto como fiel-consumidor.

Ao longo do século XX, em pesquisas do IBGE e DataFolha, pôde-se perceber no Brasil uma queda no percentual “católico” da população. Ao mesmo tempo, notou-se um contínuo e acelerado crescimento de expressões religiosas *não católicas romanas* ao longo do período, evidenciando um país cada vez mais evangélico por um lado, e mais secularizado de outro⁷. Além disso, mesmo dentro do catolicismo, a bagagem cultural própria de cada fiel ou de cada grupo de leigos desempenha um papel diversificador da experiência de ser católico, à medida que há uma espécie de sincretismo, uma fusão dos símbolos oferecidos pela Igreja e aqueles que compõem a realidade que os cerca. Resultado disso é um pluralismo interno, formado por grupos como Opus Dei, Redentoristas, Maristas, RCC, etc., cada um com propostas e estratégias autônomas (embora intencionem consonância com a Igreja Católica)

Esta “crise do catolicismo”, de proporções globais, fruto das tensões da modernidade e da concorrência religiosa motivou profundas transformações na Igreja, que passou a aderir aos meios de comunicação de massa e procurar seu espaço em meio à sociedade de consumo. O Concílio Vaticano II, realizado entre 1962 e 1965, é considerado marco inicial no reconhecimento da Igreja da necessidade de tomar novos rumos frente à modernidade, propondo que se prestasse atenção aos “sinais dos tempos” para repensar a presença da Igreja no mundo. O papado de João Paulo II e seu carisma midiático são

⁵ Idem. Página 52 – 57.

⁶ MARIZ, Cecília Loreto. *Catolicismo no Brasil Contemporâneo: reavivamento e diversidade*. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. Página 53.

⁷ De 1940 a 2000, houve queda na porcentagem de católicos (de 95,2% para 73,9%), aumento percentual de evangélicos (de 2,6% para 15,6%) e pertencentes a outras religiões (1,9% para 3,5%), e explosão dos denominados “sem religião” (de 0,2% para 7,4%). CAMPOS, Leonildo Silveira. Os Mapas, Atores e Números da Diversidade Religiosa Cristã Brasileira: Católicos e Evangélicos entre 1940 e 2007. *Revista de Estudos da Religião* dez/2008. Página 13.

considerados, por sua vez, a consolidação deste processo (razão pela qual a década de 1980 foi escolhida como marco inicial do recorte temporal adotado nesta pesquisa).

Segundo Cecília Mariz, entretanto, essa crise também parece estar sendo acompanhada por um relativo reavivamento religioso. Isto é, a competitividade criada por uma situação de pluralismo religioso fomentou uma maior participação confessional, maior mobilização religiosa e aumento no fervor e na prática dos fiéis.⁸ Os discursos também aparecem mais engajados no campo moral e ético, ávidos por controlar sistemas sociais e retomar a estabilidade doutrinária, sem qualquer compromisso com as exigências da racionalidade moderna.⁹

Portanto, ao mesmo tempo em que a Igreja busca os veículos modernos “de ponta” (mercado editorial, fonográfico, radiofônico, discográfico e internet) para a divulgação de suas ações de evangelização e presença no mundo, ela adota uma rígida postura de condenação e confronto em relação ao sistema de valores secularizados e modernos (condenando o aborto, a eutanásia, as pesquisas com células-tronco, o preservativo e a pílula anticoncepcional, a homossexualidade, etc.)¹⁰

A RCC faz parte deste contexto de um catolicismo cada vez mais midiático e ao mesmo tempo mais intransigente¹¹. Surgiu na década de 1960 em Pittsburgh nos Estados Unidos e chegou ao Brasil no início da década de 1970, instalando-se primeiramente em Campinas-SP e Telemaco Borba-PR. Esse movimento tem sido foco de inúmeras pesquisas, principalmente no campo da Sociologia. Autores como Cecília Mariz e Brenda Carranza, argumentam que, além de uma maior participação confessional (na observação de práticas morais e dos sacramentos da Igreja), é própria do comportamento Carismático a busca por uma maior visibilidade dos católicos renovados no cotidiano das paróquias, nos noticiários de TV e jornais, na política eleitoral e na produção de mídia católica. Carranza aponta como características primordiais desse movimento a *espetacularização* e a *personalização*, promovidas através de caristotecas, carnavais de Jesus, Rebanhões, missas-show, programas televisivos e de figuras emblemáticas como Pe. Marcelo Rossi e outros padres e leigos cantores.¹² Este é o ramo católico que mais cresce numericamente no Brasil, e sua preferência pela mídia como instrumento de difusão é resposta à competição que a Igreja Católica vem tentando estabelecer em relação aos evangélicos pentecostais (principais responsáveis pelo crescimento evangélico e o decréscimo católico, abordados anteriormente).

Para o público jovem, assim como para as demais categorias sociais, as religiões aparecem como artigos do supermercado cultural passíveis de fazerem parte da composição da sua identidade. A “juventude” nas pesquisas recentes¹³ é vista não como um grupo concreto e coeso delimitado por uma faixa etária objetiva que compreende o processo de transição entre a infância e a vida adulta, mas como uma concepção formulada pelos grupos sociais (mundo adulto), e pelos próprios sujeitos tidos como jovens, para

⁸ MARIZ, Cecília Loreto. *Catolicismo no Brasil Contemporâneo*. Op. Cit. Página 55.

⁹ CARRANZA, Brenda. **Catolicismo Midiático**. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. Página 72-73.

¹⁰ CAMURÇA, Marcelo A. Tradicionalismo e meios de comunicação de massa: o catolicismo midiático. In: CARRANZA, Brenda; MARIZ, Cecilia; CAMURÇA, Marcelo. **Novas Comunidades Católicas: em busca do espaço pós-moderno**. Aparecida SP: Idéias & Letras, 2009. Página 72.

¹¹ O termo “catolicismo intransigente” é emprestado por Carranza de Danièle Hervieu-Léger e refere-se justamente à postura *intransigente*, de antimodernismo e retomada da estabilidade doutrinária que a Igreja adota na conjuntura descrita acima.

¹² CARRANZA, Brenda. **Catolicismo Midiático**. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. Página 75.

¹³ Exemplo a de Afrânio Catani e Renato Gilioli: CATANI, Afrânio Mendes; GILIOLI, Renato de Souza Porto. *Culturas Juvenis: múltiplos olhares*. São Paulo: Editora UNESP, 2008.

significar uma série de comportamentos e atitudes. Na medida em que estes comportamentos e atitudes divergem, sob a influência das indústrias culturais, da moda, da comunicação e dos cenários da vida cotidiana nas cidades, surgem as “subculturas” juvenis, ou as chamadas “tribos”.

Neste sentido, o *corpus* documental discriminado nos primeiros parágrafos nos dá matéria para analisar de que comportamentos e atitudes a Igreja Católica se vale para significar a subcultura dos jovens católicos, de quais se vale a RCC para significar os jovens carismáticos e de quais se valem os jovens carismáticos para se auto-significar.

A carta de João Paulo II¹⁴ foi escrita pelo pontífice em 1985, em razão deste ano ter sido proclamado pela Organização das Nações Unidas como o “Ano Internacional da Juventude”. Neste documento, João Paulo II caracteriza a juventude como o período da vida em que há a mais intensa descoberta e formulação do “eu”, isto porque, segundo o autor, é nesta etapa que o indivíduo escolhe, prevê e assume suas decisões pela primeira vez, de maneira autônoma e pessoal. A carta, dividida em capítulos temáticos, aborda questões que, segundo o papa, estão no âmago da juventude como o fato de fazer interrogações constantes e de se sentir instável na fé e em dúvida diante daquilo que é oferecido pelo mundo moderno. Segundo João Paulo II, a solução é amar o mundo e ao mesmo tempo chegar ao desapego interior em relação às coisas mundanas.

A coletânea de textos de Bento XVI¹⁵ reforça a preocupação da formação católica do jovem em oposição ao mundo moderno. Segundo o pontífice o mundo vive em dramática e contínua transformação e a juventude teme tomar uma decisão definitiva como a de ser católico, e ter de abrir mão de sua liberdade e disponibilidade. Este temor deve encontrar sossego no exemplo dos jovens que manifestam a aspiração de construir relações autênticas de amizade, amor e família e de alcançar uma estabilidade pessoal e uma segurança real ao invés de se apoiar nos exemplos daqueles que cedem a um amor comercial, egoísta, incapaz de castidade e de pureza, proposto pela mídia e pela internet. Para Bento XVI é fundamental que os jovens não caiam no que ele chama de “relativismo difuso” da modernidade em que não existem verdades, nem pontos de referência o que gera instabilidade, desorientação e conformismo às modas do momento. É relevante no discurso dos pontífices, em primeiro lugar, a percepção do papel ocupado pelos jovens em um cenário de fluidez da formação de identidades. Em segundo lugar, a tradução que os documentos representam do seu tempo, mergulhados em embates travados com a modernidade e a secularização.

Os documentos carismáticos são analisados em seguida com o objetivo de identificar quais são as estratégias autônomas adotadas no Brasil pelas lideranças da RCC para atrair e manter a juventude em seus organismos de funcionamento, avaliando o grau de consonância com as expectativas da Igreja expressas nos dois documentos anteriores. Os documentos carismáticos fazem parte de uma série de apostilas produzidas no Brasil com o intuito de ser material referencial na atuação dos diversos ministérios. O Ministério Jovem possui papel importante dentro da Renovação Carismática Católica, pois procura articular programas, temas e metodologias de evangelização voltadas para o público juvenil participante dos grupos de oração¹⁶. As atividades baseiam-se no “diferencial do jovem” que é visto como um sujeito atento às novidades do mundo da música, dos esportes, do entretenimento, etc. O material de formação elaborado para o Ministério Jovem¹⁷ é curto e com texto bastante pontual e objetivo ao apontar normas de conduta do

¹⁴ João Paulo II. Carta aos Jovens. São Paulo: Quadrante, 1985.

¹⁵ Bento XVI fala aos jovens: A proposta da vocação cristã no mundo contemporâneo (2005-2010).

¹⁶ SOFIATI, Flávio Munhoz. **Religião e Juventude: os jovens carismáticos**. São Paulo: USP, 2009. Página 111.

¹⁷ QUIROGA, Aldo; FLORES, Fabiana. “Ministério Jovem: Formação Humana”. 1ª edição, s/ data.

jovem carismático. Dos sete capítulos que compõe a apostila, dois são relativos à temática da sexualidade e elencam em longos tópicos o que a Igreja chama de “desordens na vivência da sexualidade” (luxúria, fornicação, pornografia, prostituição e homossexualidade). Aqui, entram em cena os discursos de forte cunho moral e ético que caracterizam a RCC como articuladora de um catolicismo cada vez mais midiático e ao mesmo tempo mais intransigente. O segundo ministério abordado é o Universidades Renovadas (MUR) que trabalha com o universo acadêmico em duas frentes: com os estudantes, a partir de Grupos de Oração Universitários e com os já graduados, a partir de projetos profissionais. O material elaborado sobre o MUR¹⁸ na leva de apostilas de formação tem um formato bastante didático de perguntas e respostas que enumeram dados históricos, organizacionais e da razão de ser do ministério. O documento manifesta sua gênese no interesse dos jovens carismáticos em continuar cultivando sua espiritualidade mesmo em ambientes seculares, como universidades, e dos profissionais em se tornarem profissionais do reino, comprometidos com o Evangelho e projetos de Deus no mundo.

Por fim, a terceira parte do *corpus* documental analisado é composta pelas entrevistas realizadas no segundo semestre de 2011 com jovens carismáticos do Grupo de Jovens “Leão de Judá” da Arquidiocese de Curitiba¹⁹. Este material consiste em respostas obtidas da aplicação de um questionário de questões abertas (com respostas livres, não limitadas por alternativas apresentadas²⁰) e padronizadas (apresentadas a todas as pessoas exatamente com as mesmas palavras e na mesma ordem, de modo a assegurar que todos os entrevistados respondessem à mesma pergunta, sendo as respostas mais facilmente comparáveis²¹). Os jovens responderam de forma escrita e discorreram sobre a sua opinião acerca da juventude atual, do ideal que têm sobre os jovens católicos, sobre o que os levou a participar da RCC e se conhecem e consideraram a participação em outros grupos católicos (tais como Opus dei, Arautos do Evangelho, Toca de Assis, etc.). Percebemos no discurso dos jovens que eles se identificam, em consonância com os textos papais e os materiais da RCC, como jovens corajosos na luta contra os valores mundanos da modernidade e que carregam para o futuro a responsabilidade de evangelizar e servir de exemplo aos demais jovens.

Assim, a pesquisa proporcionou a percepção e análise dos usos e sentidos dados à juventude pela Igreja Católica, mais amplamente, e pela RCC, localmente, e as estratégias adotadas por elas para desempenhar um papel relevante na formação identitária dos jovens em um contexto de embates travados na pós-modernidade, tendo de disputar espaço em um cenário de pluralismo religioso e supermercado cultural. Os jovens são identificados e passam a identificar a si mesmos como grupo potencial de visibilidade, de atualização e de atribuição de novos sentidos e funções da religião na sociedade.

¹⁸ CORREIA, Ierecê. “RCC responde: Universidades Renovadas”. Equipe Nacional de Serviço do MUR. Brasil, 2008.

¹⁹ Foi realizada também observação participante realizada junto ao cotidiano dos entrevistados em duas reuniões do grupo no mês de setembro de 2011.

²⁰ GOLDENBERG, Mirian. A Arte de Pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 2005. Página 86.

²¹ Idem.