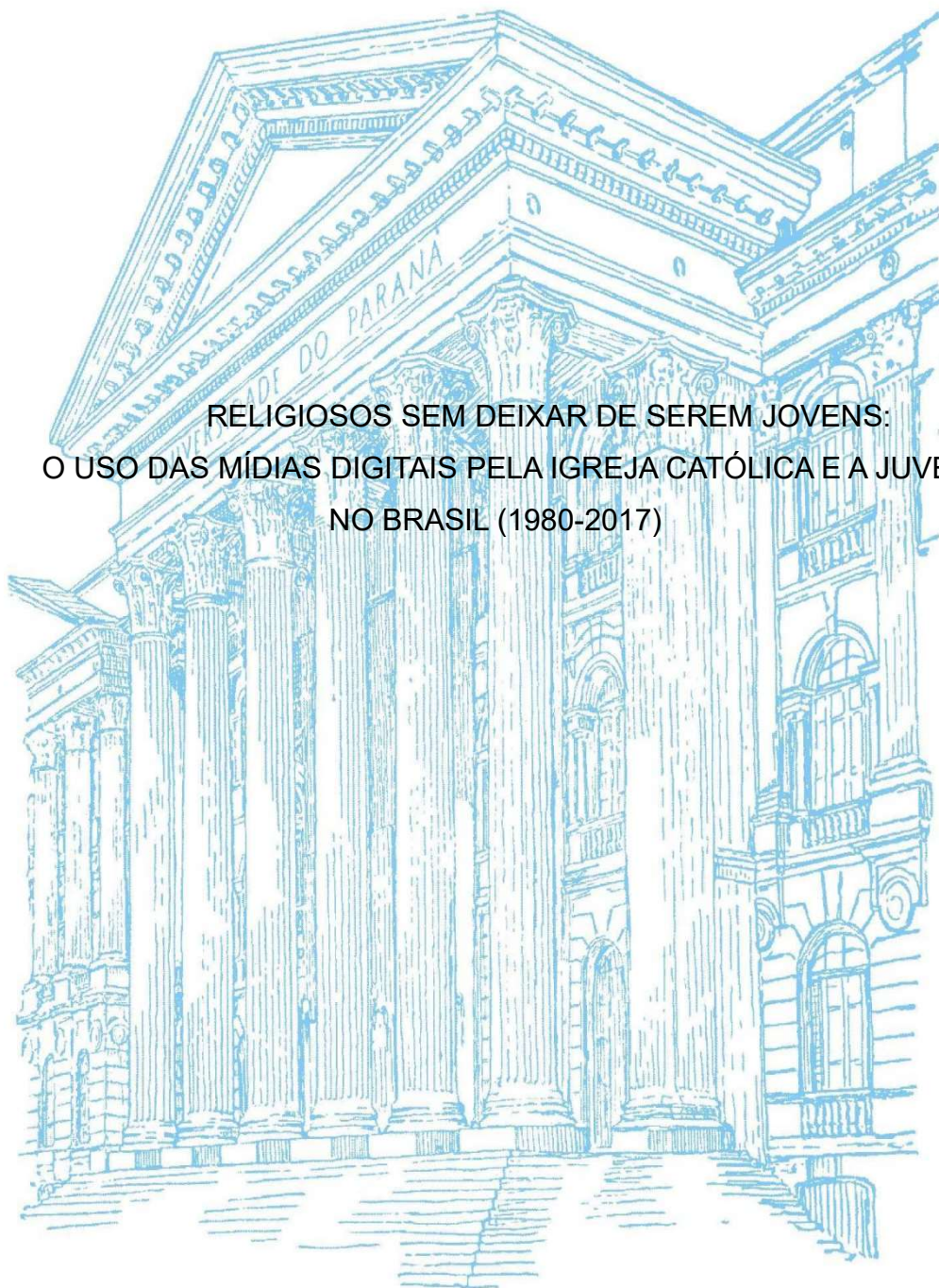


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ANDRÉ BONFANTI SEMKIW

RELIGIOSOS SEM DEIXAR DE SEREM JOVENS:  
O USO DAS MÍDIAS DIGITAIS PELA IGREJA CATÓLICA E A JUVENTUDE  
NO BRASIL (1980-2017)



CURITIBA  
2017

ANDRÉ BONFANTI SEMKIW

RELIGIOSOS SEM DEIXAR DE SEREM JOVENS:  
O USO DAS MÍDIAS DIGITAIS PELA IGREJA CATÓLICA E A JUVENTUDE NO  
BRASIL (1980-2017)

Monografia apresentada à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso 2 como requisito para a conclusão do Curso de História, Memória e Imagem, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Karina Kosicki Bellotti.

CURITIBA  
2017

## AGRADECIMENTOS

A jornada até aqui foi longa, desgastante, mas consegui chegar até o fim. Muitas vezes, como no livro O Senhor dos Anéis, senti da mesma maneira que Frodo em sua árdua jornada até Mordor. E, assim como ele, sozinho eu não poderia prosseguir, e agora agradecer as pessoas que mais estiveram ao meu lado se faz não apenas necessário, mas uma obrigação.

Agradeço primeiramente a Deus por estar sempre presente em minha vida; À minha orientadora, Professora Dr<sup>a</sup>. Karina Kosicki Bellotti por ter sido tão paciente, dedicada e compreensiva durante todo o tempo. Não tenho palavras que possam demonstrar o tamanho da minha gratidão.

À minha família: minha mãe Santa e meu pai Mário, ambos guerreiros e vencedores em todas as virtudes. Ela sabe como foi difícil quando precisei me dividir entre faculdade, trabalho e a acompanhar nas sessões de quimioterapia, mas a cada ida ao hospital você me mostrava quão forte era, e se tornou meu exemplo de superação e determinação. Meu pai um modelo de companheirismo e meu porto seguro, me mantendo tranquilo quando eu mais precisava e me apoiando em todos os momentos. Meu irmão, Allan, que mesmo distante se fez próximo com suas orações e nossos longos telefonemas e e-mails falando sobre a vida, o universo e tudo o mais.

À Juliane, agradeço pelo companheirismo, pela compreensão e principalmente pela paciência que sempre teve comigo todo o tempo que estamos juntos. Sem você com certeza eu não saberia onde estaria.

Agradeço também aos colegas e amigos que fiz durante esse tempo, em especial a Raíssa, Felipe Negreli e Diego. A vocês minha amizade eterna. Também agradeço de um modo especial ao Bruno e a Edimara, fundadores do grupo ProChristo e amigos de longa data.

Por fim e não menos importante agradeço todos os professores, e toda equipe da coordenação e secretaria do curso, em especial a Isabelle, sempre solícita e disposta a ajudar em tudo que precisei.

A todos vocês, muito obrigado!

## RESUMO

A Igreja Católica passa por uma reestruturação durante o século XX quando percebe que os meios de comunicação em massa passam a ter uma grande influência na sociedade. Seguindo a evolução desses meios de comunicação, a igreja passa a fazer parte do ambiente digital, e assim utiliza as novas mídias para a evangelização. Com o surgimento e popularização da internet a igreja se insere nesse novo ambiente através das redes sociais e se depara com um público que é principal consumidor das novas mídias e que não encontrava espaço em seu meio: a juventude. Desse modo, igreja e juventude passam a criar uma interação, cuja dinâmica é analisada nessa pesquisa, tendo como fonte os documentos gerados pela igreja sobre comunicação e a produção de material religioso publicado na página do Facebook por um grupo de jovens denominado ProChristo. Temos assim uma gama de material religioso produzido com uma linguagem moderna, ao mesmo tempo que percebemos uma igreja presente e atualizada nas novas mídias.

Palavras-chave: Igreja Católica, juventude, mídia religiosa, comunicação.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: QUADRO COMPARATIVO ENTRE OS NÚMERO DE JOVENS CATÓLICOS NO CENSO IBGE DE 2000 E 2010.....	16
FIGURA 2: PRIMEIRA MENSAGEM EM UMA REDE SOCIAL DE UM PAPA.....	28
FIGURA 3: PERFIL NO TWITTER DO PAPA FRANCISCO EM ESPANHOL.....	30
FIGURA 4: PERFIL OFICIAL DO PAPA FRANCISCO NO INSTAGRAM.....	30
FIGURA 5: FOTOS PUBLICADAS NO PERFIL DA PAGINA DO PAPA FRANCISCO NO INSTAGRAM MOSTRAM O MESMO INTERAGINDO COM OS FIÉIS.....	31
FIGURA 6: PÁGINA OFICIAL DO VATICANO.....	31
FIGURA 7: OS LOGOS DA JORNADAS MUNDIAL DA JUVENTUDE DE 1987 A 2013.....	36
FIGURA 8: PERFIL DA PÁGINA PROCHRISTO NO FACEBOOK.....	41
FIGURA 9: PUBLICAÇÃO DE 22/05/2013.....	43
FIGURA 10: PAPA FRANCISCO É PROCHRISTO.....	44
FIGURA 11: PUBLICAÇÃO DE 11/04/2016 COM A ORAÇÃO DE SÃO BENTO CONTRA OS MAUS ESPÍRITOS.....	45
FIGURA 12: PUBLICAÇÃO DE 13/04/2014. MENSAGEM DURANTE A SEMANA SANTA. .	46
FIGURA 13: PUBLICAÇÃO DE 20/02/2015 - CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO VIA SKYPE .....	47
FIGURA 14: PUBLICAÇÃO DE 04/11/2014 - NOVAS OPÇÕES DE INTERAÇÃO ATRAVÉS DE NOVOS PROGRAMAS COMUNICADORES.....	48
FIGURA 15: PUBLICAÇÃO DE 05/01/2015 - RELIGIOSOS SEM DEIXAR DE SEREM JOVENS.....	50
FIGURA 16: PUBLICAÇÃO DE 25/05/2014. ELEMENTOS TEXTUAIS DO FILME TROPA DE ELITE.....	52
FIGURA 17: IMAGEM OFICIAL DO FILME TROPA DE ELITE.....	52

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO 1 – O ESTUDO DE MÍDIA E RELIGIÃO ATRAVÉS DO OLHAR HISTÓRICO NO CENÁRIO CATÓLICO BRASILEIRO (1980s-2010s) .....</b>	<b>9</b>
1.1 SOBRE MÍDIA E RELIGIÃO.....	9
1.2 O OLHAR DA HISTÓRIA CULTURAL SOBRE A RELIGIÃO.....	11
1.3 PANORAMA DO CATOLICISMO NO BRASIL DE 1970 AOS DIAS ATUAIS....	13
1.4 EM BUSCA DE SANGUE NOVO: JUVENTUDE COMO ALVO DA IGREJA....	15
1.5 A RENOVAÇÃO CARISMÁTICA CATÓLICA COMO INSTRUMENTO DA MIDIATIZAÇÃO.....	17
1.6 IGREJA PELA JUVENTUDE, JUVENTUDE PELA IGREJA.....	20
<b>CAPÍTULO 2 – IGREJA AO ENCONTRO DA JUVENTUDE: A UTILIZAÇÃO DOS MEIOS DIGITAIS NA JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE (1990s-2010s).....</b>	<b>22</b>
2.1 O OLHAR ECLESIAL: OS DOCUMENTOS SOBRE COMUNICAÇÃO.....	22
2.2 PAPA ONLINE: A PRESENÇA DO LÍDER DA INSTITUIÇÃO CATÓLICA ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS .....	26
2.3 A JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE E SUA DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DAS MÍDIAS SOCIAIS.....	32
<b>CAPÍTULO 3 – JUVENTUDE AO ENCONTRO DA IGREJA: A ATUAÇÃO DOS JOVENS NAS MÍDIAS SOCIAIS A PARTIR DOS ANOS 2000.....</b>	<b>38</b>
3.1 A JUVENTUDE CATÓLICA BRASILEIRA.....	38
3.2 GRUPO PROCHRISTO: UM EXEMPLO DA RESPOSTA AO CHAMADO DA IGREJA NA REDE.....	39
3.2.1 A DIVULGAÇÃO E FORMAÇÃO DA IDENTIDADE ATRAVÉS DA REDE SOCIAL.....	42
3.2.2 A RELIGIOSIDADE E O SAGRADO NA REDE DURANTE OS PERÍODOS CHAVES DA IGREJA CATÓLICA.....	46
3.2.3 A CONSTRUÇÃO DE IMAGENS ATRAVÉS DA FUSÃO ENTRE RELIGIOSO E SECULAR.....	49
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>55</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>58</b>

## INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

A comunicação sempre foi uma das bases fundamentais do cristianismo, tanto que através da bíblia vemos que “a sua maneira tudo poderia se transformar em um dos meios dessa comunicação, seja o vento, uma sarça ardente entre outros”<sup>2</sup>. Durante a metade do século XX o catolicismo passa por um momento em que se torna necessária uma reestruturação nessa base, que tem o Concílio Vaticano II como principal referência, quando a Igreja Católica atualiza a sua visão do uso dos meios tecnológicos e comunicacionais, devido ao impacto cultural que estes causam na sociedade, principalmente a geração mais jovem.

Ao mesmo tempo em que a Igreja Católica entra nesse novo ambiente midiático percebe ser necessário um olhar especial para o principal consumidor dessas mídias, que representa uma fatia de fiéis que até antes da metade dos anos 1980 não possuía ações voltadas exclusivamente para si na instituição: a juventude. Cria-se então uma conexão entre jovens e Igreja Católica principalmente depois do surgimento e popularização da Internet, em que ambos os lados se encontram em um novo ambiente, porém que ao retransmitir a mensagem, cada um aplica uma maneira diferente. É essa questão que procuro abordar ao longo dessa pesquisa: como igreja e juventude passam a se comunicar tanto de forma física quanto virtual e qual o produto dessa comunicação. Ao mesmo tempo, pretendo também que essa pesquisa possa contribuir para a discussão que se faz tão presente no meio acadêmico, ajudando a construir respostas para algumas outras questões como: a maneira com que igreja e juventude passaram a se comunicar no fim do século XX e no início do século XXI através das redes sociais, e como se faz a apropriação de novos métodos de comunicação para transmissão da mensagem religiosa e qual o impacto o produto disso causa no meio jovem e religioso.

Dessa interação surge um vasto material rico de informação e produzido por ambos os lados, que atualmente se tornam fontes de pesquisadores das diversas disciplinas que os abordam por muitos olhares. No primeiro capítulo dessa pesquisa

---

1 Devido o foco desse trabalho ser voltado para a interação comunicacional entre Igreja Católica e juventude, escolhi não abordar uma recuperação da história do catolicismo no Brasil, mesmo estando ciente da importância dessa discussão. Vale então deixar como indicação complementar a esse tema trabalhos como *A Igreja Católica no Brasil*, do Frei Dilermano Ramos Vieira, ou *Círculos Operários - a Igreja Católica e o Mundo do Trabalho no Brasil*, de Jessie Jane Vieira de Souza.

2 SPADARO, Antônio. *Ciberteologia: pensar o Cristianismo nos tempos da rede*; [Tradução Cacilda Rainho Ferrante]. São Paulo; Paulinas. 2012. P.24

procuro situar o leitor sobre como religião e mídia estão sendo abordados pela História, tendo como suporte teórico-metodológico a História Cultural das Religiões, em que se entende como religião o conjunto de crenças e práticas religiosas de uma determinada sociedade<sup>3</sup>. Desse modo trago uma análise do cenário do catolicismo brasileiro, utilizando como base o resultado do Censo publicado em 2010 que mostra um declínio da população declarada católica, principalmente a faixa etária que representa a juventude, e dessa forma como a igreja passa a direcionar uma atenção especial para essa faixa etária, utilizando como instrumento a RCC (Renovação Carismática Católica), que se torna uma extensão de um perfil pentecostal que a Igreja adota para competir com a onda evangélica que se torna presença frequente nas rádios e televisões do país.

No segundo capítulo, procuro trazer uma análise de como a Igreja Católica passa a abordar a comunicação e a utilização das tecnologias que surgem em prol da evangelização. São abordados os diversos documentos oficiais elaborados desde o início do século XX, tanto pelas comissões da Santa Sé quanto pelos Pontífices da igreja, principalmente nas ações do Papa João Paulo II, considerado aquele que abriu as portas da igreja para os jovens com a criação da Jornada Mundial da Juventude. Além disso, abordo o trabalho de interação que a igreja faz utilizando a Internet, principal meio de alcance da juventude. Com isso temos então a entrada oficial da Igreja Católica nesse novo ambiente virtual através das mídias sociais, com o perfil do Twitter do Papa Bento XVI, que passa a ter mais participação com a figura do Papa Francisco, ganhando assim maior popularização e destaque. Neste período então ganha atenção os documentos que tratam exclusivamente da internet e as ações da igreja em busca de envolver a juventude em seu meio através da interação não somente pelas redes, mas também na elaboração da Jornada Mundial da juventude.

Com essas ações da Igreja no ambiente virtual, ela toma o papel de comunicador buscando atingir um receptor, que é o jovem. Desta forma há uma resposta de mesma intensidade do outro lado e assim temos uma conexão entre ambos. Essa questão é abordada no terceiro capítulo, que trata de como a juventude acolhe as ações da igreja católica e de que forma eles passam a retransmitir essa mensagem para os outros jovens. É traçado um panorama do perfil desse jovem católico brasileiro e suas ações nas redes sociais. Tendo como fonte de

---

3 BELLOTTI, K. K. Mídia, Religião e História Cultural. REVER (PUCSP), v. 4, p 100, 2004.



estudo as publicações através do Facebook de um grupo de jovens leigos denominado ProChristo<sup>4</sup>, pertencentes à paróquia de São Marcos da Arquidiocese de Curitiba, procurei identificar como se dá a construção das imagens publicadas em sua página, fazendo uma análise da linguagem utilizada, não só a textual, mas principalmente a que faz valer o uso da união de elementos sagrados e secular.

---

4 Página oficial do grupo ProChristo no Facebook <<https://www.facebook.com/jovensprochristo>>

## CAPÍTULO 1 – O ESTUDO DE MÍDIA E RELIGIÃO ATRAVÉS DO OLHAR HISTÓRICO NO CENÁRIO CATÓLICO BRASILEIRO (1980s-2010s)

O catolicismo vem passando por grandes transformações em seu meio comunicacional desde o final do século XX e início do século XXI. Entre esses desafios temos o avanço da comunicação principalmente através seus meios digitais. Com o advento da internet, um novo tipo de linguagem aparece e com ela novos públicos a serem alcançados. Toda essa mudança fez com que a Igreja Católica repensasse seus conceitos sobre a comunicação com seu seguidor, ocasionando dessa maneira a produção de diversos documentos e materiais que começam a servir de fontes para um novo campo de estudo explorado pelos historiadores.

### 1.1 SOBRE MÍDIA E RELIGIÃO

Temos como realidade o fato de que vivemos um período em que a informação transita de forma livre, rápida e dinâmica até nós com uma facilidade espantosa. Aplicativos nos smartphones e tablets nos deixam conectados em segundos sobre tudo que acontece no mundo, no país ou até mesmo sobre nosso bairro, nossa casa. Dentre os vários caminhos que essas tecnologias podiam tomar, as redes sociais invadiram e se apropriaram de muito do espaço que antes era ocupado pelos jornais impressos, pelas rádios e televisões. Temos literalmente a informação na palma da mão. Essa nova modalidade de comunicação tem uma definição muito bem composta por Henry Jenkins, estudioso de mídia, que ele batizou de “cultura da convergência”. Segundo Jenkins:

[...] bem-vindos-vindos à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do consumidor interage de maneiras imprevisíveis. Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.<sup>5</sup>

---

5 JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2.<sup>a</sup> edição - São Paulo: Aleph, 2009. P. 29

Também as instituições religiosas não poderiam deixar de aproveitar dessa ferramenta e estar mais próximo dos fiéis. É essa convergência que faz com que hoje as instituições religiosas, no caso aqui especificamente a Igreja Católica, passe a ter outros olhos para o uso da tecnologia. Com uma longa e demorada discussão sobre os meios de comunicação a Igreja Católica, percebe que se faz necessária uma atualização nos seus conceitos e na sua forma de utilização da mídia de massa. E essa mudança começa com o expoente maior que sabia usar do carisma de sua imagem: se com João Paulo II tivemos uma pequena fresta aberta nesse campo midiático, podemos dizer que com o tradicionalista Bento XVI tivemos uma janela, e hoje com o carismático Papa Francisco temos um grande portão escancarado para o mundo das novas tecnologias. E não é exagero dizer isso, pois basta pegarmos o fato de que desde 2013 o líder da Igreja Católica é a figura mais “retuitada” do mundo, tendo mais de 8 milhões de seguidores<sup>6</sup>. Podemos perceber a dimensão que atinge com suas mídias ao ver suas mensagens hoje sendo espalhadas pelas redes sociais não só por católicos, mas por pessoas de outras crenças como os evangélicos, que por algum motivo se identificaram com a figura de Francisco. Com esse exemplo podemos perceber como religião e mídia estão convergindo rumo a um caminho nunca antes imaginado, e que está sendo explorado aos poucos.

Nesse caminho que vem tomando a religião no meio digital, percebemos como muitos dos novos consumidores não buscam a religião pela instituição. Com o aumento da facilidade de informação, esse fiel acaba criando uma lógica individual, e acaba mais voltado a uma *religiosidade*. Segundo Stewart Hoover:

Este tipo de fé é fluída e em constante evolução; ela busca agressivamente novos recursos, símbolos e experiências e os leva para dentro de um sincretismo do indivíduo [...]. No campo da religião isso resulta numa espécie de “religião de cafeteria”, que confia mais no seu “eu interior” e nos seus próprios juízos do que em clérigos e doutrinas.<sup>7</sup>

---

6 Pesquisa indica que Papa Francisco é o mais retuitado do mundo. < <https://goo.gl/LN82yt>.> Acesso em 23 de junho de 2014.

7 HOOVER, Stewart M. A mídia e suas linguagens (tradução de Alberto da Silva Moreira e Aurélia Silva Borsato) *In* MOREIRA, Alberto da Silva; LEMOS, Carolina Teles; QUADROS, Eduardo de Gusmão (org.). **A religião na Mídia e a Mídia na Religião**. Goiânia: Gráfica e Editora América, 2012. P. 51

É essa ideia de “religião de cafeteria” o que praticamente temos dentro das mídias sociais. No Facebook há muitos usuários declarados católicos e que fazem parte de grupos que compartilham frases budistas, evangélicas, ou qualquer outra que represente um pouco daquilo que ela acredite ser uma verdade de sua fé ou que crie um vínculo com Deus/a ou deuses/as. Como nos diz Moisés Sbardelotto, em seu estudo sobre comunicação religiosa no meio digital:

O que nos interessa [...] é que nesses ambientes, além de informações sobre religião, também se promovem e se incentivam a relação e o vínculo do fiel com seu Deus: O fiel pratica sua fé no âmbito digital online. Ou seja, as pessoas passam a encontrar uma oferta de experiência religiosa não apenas nas igrejas de pedra, nos padres de carne e osso e nos rituais palpáveis, mas também na religiosidade existente e disponível nos bits e pixels da internet<sup>8</sup>.

Essa prática de fé no meio digital hoje cresce de forma gradativa, sendo alimentada pelas diversas formas como hoje é possível interagir, seja através de capelas e velas virtuais, pedidos de orações, novenas e missas online. E essa realidade se estende desde de centros católicos mais populares, como da basílica de Nossa Senhora de Aparecida, até os mais tradicionalistas, como a Associação Arautos do Evangelho. No centro disso tudo temos como principal ferramenta dessa disseminação religiosa virtual as redes sociais, em destaque para o Facebook, na qual se pode considerar a maior ferramenta para interação e divulgação do conteúdo religioso.

## 1.2 O OLHAR DA HISTÓRIA CULTURAL SOBRE A RELIGIÃO

Talvez alguns possam indagar como mídia e religião podem ser assuntos possíveis de abordagens pelo olhar da História e não somente pelo viés sociológico, por exemplo. A resposta vem através do enquadramento que se faça ao se levar esses estudos através da História Cultural, que tornou possível enxergar novas perspectivas em muitas fontes que antes seriam aplicadas somente a outras disciplinas. Em 2004 dados apontavam que cerca de 80% de tudo que foi pesquisado e produzido historiograficamente pelas universidades correspondia à

---

8 SBARDELOTTO, Moisés. “E o Verbo se Fez Bit: ” A Comunicação e a Experiência religiosa na Internet. Aparecida, São Paulo. Editora Santuário, 2012. P.28

História Cultural<sup>9</sup>. Desse período até hoje a internet ganhou espaço e uma grande fatia da comunicação, principalmente no Brasil onde 58% da população usam a internet com frequência<sup>10</sup>.

Este novo viés trazido pela História Cultural vem como uma contestação da história marxista e da corrente dos Annales, inspirados pelos estudos linguísticos, fez com que se permitisse que os historiadores pudessem tratar antigas e novas fontes sob essa nova abordagem. Como alguns exemplos temos grandes nomes de historiadores que se enquadram nesse novo tipo de pesquisa, onde podemos citar autores como Edward Said, Stuart Hall, Carlo Ginzburg, Hayden White entre muitos outros que, embora tratem de temas completamente diferentes, tem como característica em comum a

Recusa de categorias totalizantes e de grandes narrativas – em geral os Historiadores culturais não tomam como naturais categorias, como gênero, classe social, raça, etnicidade, identidade, experiências, e sim, buscam questionar como determinados grupos sociais constroem suas noções de gênero, classe social, raça; qual o sentido dessa construção, e quais as implicações que essas noções possuem para aqueles grupos.<sup>11</sup>

Assim o campo religioso quando abordado à luz da História Cultural passa a ter novos horizontes. Devemos, porém, atentar ao fato de que estudar uma fonte cultural não é algo assim tão simples, pois se trata antes de tudo de ter consciência do que é cultura. Aqui vamos usar a definição de cultura como sendo algo como um grupo de significados que são repartidos e construídos pelo homem através do tempo para tentar explicar o mundo e algumas de suas razões.<sup>12</sup>.

Adentrar muitas vezes essa construção cultural e esses grupos de significados, que algumas vezes acabam se mantendo por um longo tempo sem mudanças, pode muitas vezes ser visto como uma invasão ou até uma forma de desconfigurá-la. O próprio uso da mídia pela Igreja Católica, como já citada anteriormente, mostra essa dificuldade, sendo ainda mal visto por muitos bispos conservadores de dentro do Vaticano, precisando de estudos e documentos que

---

9PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultural**. 2ª Edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. P.7

10 <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2016-09/pesquisa-mostra-que-58-da-populacao-brasileira-usam-internet>> Acesso em 3 de abril de 2017.

11BELLOTTI, Karina Kosicki. "Mídia, Religião e História Cultural." In **Revista de Estudos da Religião** n. ° 4, 2004. P. 97-98

12 PESAVENTO, Sandra. Op. Cit. 2004 p. 15

sempre tragam discussões e estudos. Dentro da perspectiva religiosa, tomo como exemplo outro grupo, a Congregação Cristã no Brasil, que não possui nenhuma forma de comunicação ou informação através dos meios digitais/virtuais (como um site oficial ou uma página oficial nas redes sociais) e não permite que nenhuns de seus membros os façam, mesmo sendo de modo não oficial.

Assim podemos dizer que o historiador cultural procura fugir do tradicional estudo em que se busca apenas a história que ensina suas “origens, causas e consequências”, e passamos a buscar o ponto de como elas agem, influenciam e modificam um grupo. Para uma definição mais completa citamos a historiadora da mídia evangélica Karina K. Bellotti:

O que devemos fazer é entender como diferentes crenças e práticas fazem sentido para as pessoas e os grupos que as adotam, em contextos históricos específicos. Assim, a religião, por essa definição, é concebida dentro da História Cultural como algo construído historicamente. Não pode ser vista como uma instância à parte da vida social (como concebia a "velha" História das ideias), ou subordinada a estruturas econômicas (segundo alguns historiadores e sociólogos marxistas).<sup>13</sup>

Embasado por essas ideias, temos a pretensão desse estudo: procurar entender como a religião católica, através da sua instituição, apropria-se da mídia digital e passa a atuar buscando novos fiéis. Nesse caso se faz necessário entender o meio em que os grupos estão inseridos e dialogar com outras ciências.

### 1.3 PANORAMA DO CATOLICISMO NO BRASIL DE 1970 AOS DIAS ATUAIS

O catolicismo se instaurou no Brasil desde a colonização portuguesa, tornando-se plural conforme sua difusão durante estes últimos 500 anos. Pegando como exemplo as décadas entre 1970 e 1980, ainda era grande a maioria da população que se afirmava católica, como podemos perceber pelos números apresentados no Censo de 1980, que tem como destaque o resultado de 89,2% da população que se declaravam católicos<sup>14</sup>. Não é de se admirar que como resposta desse significativo percentual de fiéis, o Vaticano volta seu olhar para o Brasil, e

13 BELLOTTI, 2004. Ibidem p.100

14 TEIXEIRA, Faustino. Faces do catolicismo brasileiro contemporâneo. Revista da USP. São Paulo: nº 67, setembro de 2005. P 15.

como reflexo podemos destacar as três visitas oficiais feitas ao país pelo então Papa João Paulo II em 1980, 1991 e 1997.<sup>15</sup>

Hoje novos estudos mostram uma imagem totalmente diferente: uma decadência nessa situação que pode ser analisada através da disponibilização dos resultados do Censo realizado pelo IBGE em 2010: Atualmente, o número de pessoas declaradas fiéis à Igreja Católica Apostólica Romana caiu de 73,6% em 2000 para 64,6% em 2010. Essa queda significativa se deu principalmente por dois fatores: o aumento dos declarados sem-religião, que passaram de 1,6% para 8,1% da população e mais especialmente pelo crescimento dos evangélicos, que de 6,6% em 1980 passaram para 22,2% em 2010<sup>16</sup>.

Podemos considerar esse aumento do número de fiéis evangélicos um dos principais motivos para a queda do catolicismo. Devido às ações bem-sucedidas de divulgação e evangelização feitas pelos pentecostais, inovando através da mídia, conseguiram fixar novos fiéis em seus templos e seus movimentos. Não à toa como resultado do Censo temos que a grande maioria dos que deixaram de ser católicos se enquadra em alguma das denominadas evangélicas. Essa movimentação de trocas de religião, denominado como trânsito religioso, pode ser uma consequência da abertura democrática que houve no fim da década de 1980, em que o povo passou a ter um acesso mais facilitado e menos censurado à informação devido ao maior desenvolvimento das mídias, como televisão, rádio e culminando na Internet, que resultou na facilidade e na liberdade em se oferecer informação rápida, instantânea e em tempo real. Como consequência, há a criação de uma política de marketing religioso que ganhou contornos durante o fim da década de 1980 e início dos anos 90, com a explosão das igrejas evangélicas e o seu plano de expansão através do tele-evangelismo.

Existem muitos trabalhos de pesquisadores elaborados sobre o declínio de adesão ao catolicismo da população brasileira. Para essa pesquisa no momento o importante é percebermos como esse declínio nos últimos anos fez com que existisse uma movimentação da Igreja Católica em nível de instituição para recuperar esse terreno perdido agindo através de seus grupos pastorais, principalmente aqueles atraídos pelo modelo da Renovação Carismática Católica. Esse grupo passa então a ser o instrumento principal de mobilização para reverter

15 O papa João Paulo II voltou ao Brasil em uma visita não oficial em 1982, quando, em uma viagem à Argentina, fez uma escala no Rio de Janeiro, realizando um breve discurso na pista do aeroporto.

16 Dados do Censo Demográfico 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

esse processo através do uso de novas ferramentas, com uma nova linguagem através de um novo espaço: a internet e as redes sociais. Assim procuram atrair os novos fiéis, principalmente os mais jovens e conectados, que buscam uma identidade religiosa.

#### 1.4 EM BUSCA DE SANGUE NOVO: JUVENTUDE COMO ALVO DA IGREJA

Em 10 de maio de 2007, no estádio do Pacaembu em São Paulo, Bento XVI se reuniu com jovens por ocasião da V Conferência Geral do Episcopado da América Latina e do Caribe. Nesse encontro, dedicou um discurso inteiro focado no papel da juventude perante a igreja. Segundo Bento XVI:

Vós, jovens, não sois apenas o futuro da Igreja e da humanidade, como uma espécie de fuga do presente. Pelo contrário: vós sois o presente jovem da Igreja e da humanidade. Sois seu rosto jovem. A Igreja precisa de vós, como jovens, para manifestar ao mundo o rosto de Jesus Cristo, que se desenha na comunidade cristã. Sem o rosto jovem a Igreja se apresentaria desfigurada.<sup>17</sup>

Neste pequeno trecho é interessante notar como a Instituição Igreja Católica na figura de seu líder maior coloca o jovem não mais como futuro, mas sim como o presente da igreja, posicionando-os num papel de importância. Esse discurso ganha um grande contorno quando analisado ao lado do censo religioso feito pelo IBGE em 2010.

Conforme foi exposto anteriormente, a queda do número de católicos no Brasil fez com que a Igreja mudasse suas estratégias de ação no país principalmente após os dados divulgados pelo Censo, que traz a queda no número de jovens (na faixa dos 15 aos 24 anos) que antes se declaravam católicos. São expressivos 25,6%, que transformando em números representam uma queda de 3,3 milhões de jovens que passaram a ter outra crença ou simplesmente não acreditam mais na religião.

---

17 PAPA BENTO XVI. Discurso por ocasião da V Conferência Geral do Episcopado da América Latina e do Caribe, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/tHRAZg>>. Acesso em: 12 março 2017.



## REBANHO A SER RECONQUISTADO

De 2000 a 2010, o total de jovens católicos caiu de 35,1 milhões para 32,6 milhões. A maioria dos dissidentes se tornou evangélica ou deixou de ter religião



	2000	2010	Variação
15 a 19 anos	13,3 milhões	10,8 milhões	-18,8%
20 a 24 anos	11,8 milhões	11,0 milhões	-6,8%
25 a 29 anos	10,0 milhões	10,7 milhões	+7,0%
<b>Total</b>	<b>35,1 milhões</b>	<b>32,6 milhões</b>	<b>-7,1%</b>

Fonte: IBGE, População residente por situação do domicílio, sexo, grupos de idade e religião (2013)

FIGURA 1: QUADRO COMPARATIVO ENTRE OS NÚMERO DE JOVENS CATÓLICOS NO CENSO IBGE DE 2000 E 2010. FONTE:< <https://goo.gl/PkG9MY> /> ACESSO EM 21 DE MARÇO DE 2017

Transportando esses dados para a nossa realidade, podemos perceber que a queda muito se dá pela busca dos jovens atrás de uma identidade religiosa que possam comportar seus anseios e suas crenças pessoais. Isso resulta nesse trânsito religioso, onde é possível ir e vir para diversas igrejas, seitas ou até mesmo não acreditar em nada, pois além da maior autonomia que o jovem possui se comparado a geração anterior, hoje ainda há a possibilidade da procura de informações muito mais rápidas.

Por outro lado, devemos colocar nesse contexto o número expressivo dos jovens que se declararam católicos, que do total representam aproximadamente 26% de adeptos no Brasil. Para quem sempre teve a maior população católica do mundo, é um desafio imenso para a igreja lidar com uma nova geração que possui uma linguagem e um meio de se comunicar totalmente novo. E ela se mostra ciente disso quando o papa, ainda no mesmo discurso, diz que os pastores da igreja têm ciência dos anseios da juventude, seus medos, e entre esses medos destaca-se “o medo de ficar desconectado diante da estonteante rapidez dos acontecimentos e

das comunicações”<sup>18</sup>. Portanto, os meios digitais passam a ter um espaço real dentro da igreja:

[...] com efeito, as novas tecnologias digitais estão a provocar mudanças fundamentais nos modelos de comunicação e nas relações humanas. Estas mudanças são particularmente evidentes entre os jovens que cresceram em estreito contato com estas novas técnicas de comunicação e, conseqüentemente, sentem-se à vontade num mundo digital que, entretanto, para nós, adultos que tivemos de aprender a compreender e apreciar as oportunidades por ele oferecidas à comunicação, muitas vezes parece estranho.<sup>19</sup>

Sendo então o espaço virtual completamente cheio de “novas ovelhas” nada mais necessário para a igreja do que adentrar as redes sociais como o Twitter, Instagram e principalmente o Facebook, rede favorita dos jovens brasileiros, que passam aproximadamente 110 horas do mês conectados.<sup>20</sup> Dessa forma, a Igreja Católica se inseriu através das suas páginas oficiais: @pontifex no Twitter, @Franciscus no Instagram.

Mas não é só no campo virtual que a Igreja passa a agir. Muito antes das redes sociais, João Paulo II já buscava alcançar o jovem, quando em 1984 entregou a cruz aos jovens para que fosse levada ao mundo todo, criando então a Jornada Mundial da Juventude<sup>21</sup>. A partir desse instante então temos dois campos de ação onde a igreja, como instituição, estabelece suas atuações e passa a interagir de forma mais direta com esse perfil de católico.

## 1.5 A RENOVAÇÃO CARISMÁTICA CATÓLICA COMO INSTRUMENTO DA MEDIATIZAÇÃO

Com a evolução tecnológica e a revolução digital trazida pela internet foi necessário que a Igreja Católica entrasse nesse novo espaço com ímpeto, pois perdeu um longo tempo observando a ascensão das Igrejas Evangélicas e

18 Idem, Disponível em: <<https://goo.gl/tHRAZg>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

19 BENTO XVI. Mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Disponível em <<https://goo.gl/UF4ASv>> acesso em 13 de março de 2017;

20 Jovens brasileiros passam muito tempo no Facebook usando smartphones e tablets. Disponível em <<http://www.tracto.com.br/blog/jovens-brasileiros-passam-muito-tempo-no-facebook-usando-smartphones-e-tablets/>> acesso em 20 de março de 2017;

21 La peregrinación de la Cruz de los Jovenes (1984-2014). Disponível em <<https://goo.gl/5DdcFK>> acesso em 20 de março de 2017.

Pentecostais, que investiram fortemente nos programas de televisão e rádio, principalmente aqui no em nosso país.

É nesse período que o movimento da Renovação Carismática Católica (RCC) surge como o principal agente e instrumento nessa empreitada missionária da Igreja Católica em busca de uma “re-catolização” dos fiéis. Atuando de uma forma mais moderna, é um dos primeiros movimentos da Igreja que se apropria do uso dos meios de comunicação, atuando principalmente nas redes sociais. Surge com intuito de não ser somente mais um movimento dentro da Igreja, mas se tornar um novo modo de transformação, chegando alguns estudiosos a denominar como sendo uma atualização no modo de agir dessa instituição: ser uma nova igreja.<sup>22</sup>

Dentro dessa perspectiva, durante muito tempo a RCC foi vista com certa desconfiança pelos bispos e padres, sendo muitas vezes classificada como um movimento para entusiastas. Sua vinda para nosso país ocorre pouco tempo depois do seu surgimento nos Estados Unidos, em 1967, dentro da Universidade de Duquesne (Pensilvânia), através do padre Haroldo J. Rahm e posteriormente com o padre Eduardo J. Dougherty<sup>23</sup> em meados dos anos 1970. Mesmo tendo o reconhecimento do Papa Paulo VI, em 1973, sofreu durante muito tempo tentando se estruturar e definir sua organização dentro de seus conceitos, além de buscar um lugar dentro da Igreja. Conseguiu, através de vários congressos internacionais, estabilizar-se e crescer em meados dos anos 1990 e começo do ano 2000, ganhando destaque com os famosos padres cantores, tendo no Padre Marcelo Rossi o grande expoente de pioneirismo que abriu espaço para um *catolicismo midiático*<sup>24</sup>, de onde surgiram vários nomes como Padre Fábio de Mello, Antônio Maria, Padre Zeca entre outros. Após essa onda de padres cantores, ganharam destaque as comunidades de aliança e vida, inspiradas pela RCC, como a Canção Nova, na figura do Monsenhor Jonas Abib, e o advento das emissoras de televisão e rádio voltadas à evangelização como a TV Canção Nova, Rede Vida e a Século XXI.

Nesse momento, também percebemos a ação que a renovação causa no núcleo principal de celebração católica: a missa. Atuando principalmente na parte musical, com bandas que tem uma forte influência do ritmo pop, estas acabam

---

22 MARIZ, Cecília L. A Renovação Carismática Católica - Uma igreja dentro da Igreja?. Civitas. Porto Alegre. Vol.3, no.1, jun. 2003, pág. 173

23 SOFIATI, Flávio Munhoz. Religião e juventude: os novos carismáticos. Aparecida, SP: Ideias & letras, São Paulo, SP: FAPESP, 2011, pág. 127.

24 CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2011. Pág. 14

substituindo os instrumentos clássicos das celebrações, como os famosos órgãos de tubo, além dos corais geralmente com cantos gregorianos, por guitarras, bateria e vocais potentes. Exemplo claro é a banda Rosa de Saron, que tem como lema “fazer rock com qualidade levando uma mensagem cristã de esperança, fé e amor para todos”<sup>25</sup>.

Ao analisar a estrutura da Renovação, podemos considerar como seu principal instrumento de ação os grupos de oração, em que se aplica toda a fundamentação do movimento, que é a ação do carisma através do Espírito Santo<sup>26</sup> dentro de cada cristão, além do estudo bíblico. Assim, é missão da igreja transformar esses dons do Espírito em serviço, fazendo com que o participante coloque em prática a favor da comunidade que frequenta, podendo ser dentro da liturgia através do canto nas celebrações, ou aplicando a catequese às crianças ou ainda orando, intercedendo e até conduzindo as reuniões dos grupos de oração. Esses são exemplos do modo como a renovação instrui a utilizar esse dom. Além disso, leva-se em conta também o estilo de vida e as experiências do fiel.

Até aqui, pode se dizer que a RCC não difere em nada das demais igrejas pentecostais. Pode-se notar até certa influência do mundo evangélico, como por exemplo, no uso do dom das línguas (Glossolalia) ou a aquisição de canais de TV,<sup>27</sup> e as bandas de músicas gospel. Toda essa ação e influência protestante também foram percebidas desde o início pelos líderes da Santa Sé, que agiram rápido, instituindo ainda no início da organização da renovação a forte devoção a Maria, mãe de Jesus. Também para conseguir um diálogo de forma legal em termos burocráticos, faltava um reconhecimento oficial pontifício para que o movimento pudesse definitivamente se sentir parte da Igreja. Por isso, em 8 de julho de 1993, depois de muito estudo e análise, o Papa João Paulo II aprova o “Estatuto do Serviço Internacional da Renovação Carismática Católica”.<sup>28</sup> Dessa forma a igreja conseguiu frear um pouco a visão independente do grupo carismático e o liga de certa forma ao seio da instituição, definindo de uma vez por todas como um movimento religioso. Toda essa burocracia imposta pela igreja acabou apagando

---

25Retirado do site oficial (<http://www.rosadesaron.com.br/banda/>). Acesso em 21/11/2016 às 21h00min

26 SOFIATI, 2011. p.126

27MARIZ, C. L. Catolicismo no Brasil contemporâneo: reavivamento e diversidade. In Faustino Teixeira e Renata Menezes (org.). *As religiões no Brasil. Continuidades e rupturas*. Petrópolis, Vozes. Pág.66

28 MARIZ, ibidem p.178.

muito dos ideais de mudança que a RCC estava disposta a aplicar, reduzindo-a a uma organização de leigos representados por uma instituição internacional, a Serviço Internacional da Renovação Carismática Católica (ICCRS), que tem como ordem orientar os grupos para caminhar junto com a Igreja.

Mesmo com todo esse empecilho burocrático para que o movimento não andasse paralela à instituição mãe, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) exerceu vigilância em relação ao movimento, alertando sempre em seus documentos para que “se evite qualquer paralelismo e que busque se integrar na pastoral orgânica”<sup>29</sup>. Também vale destacar a grande preocupação que o Papa João Paulo II tinha com RCC, como pode se ver em uma carta feita para a abertura de um congresso de líderes do movimento:

[...] como responsáveis da Renovação Carismática Católica, uma das vossas tarefas consiste em tutelar a identidade católica das comunidades carismáticas difundidas em todo o mundo, estimulando-as sempre a manter um vínculo hierárquico e estreito com os Bispos e o Papa.<sup>30</sup>

Essa carta mostra como a igreja vê resultados na ação da RCC, mas ao mesmo tempo pede que não se fuja dos padrões tradicionais e hierárquicos da igreja, pois enquanto o uso da mídia pode atrair novos adeptos, ela também tem o poder de afastar dos que ali estão. Dessa maneira a Igreja por muito tempo discutiu o uso das mídias e da tecnologia para sua missão, alimentando um receio que só veio a diminuir no século XX.

## 1.6 IGREJA PELA JUVENTUDE, JUVENTUDE PELA IGREJA

Como vimos, a entrada da Igreja Católica através das mídias digitais mostra uma ação para recuperar seu espaço e o tempo perdido. Seja no mundo real, através da Jornada Mundial da Juventude, ou no campo virtual ela passa a ser um agente produtor de material. Há um vasto material voltado ao jovem e também aos meios de comunicação em seus arquivos oficiais. São cartas apostólicas, mensagens para o dia mundial das comunicações sociais, discursos para a jornada

---

29 MARIZ. Ibidem p.182.

30 Discurso do papa João Paulo II aos responsáveis do movimento carismático católico. Disponível em <<http://goo.gl/QcGCgP>>. Acesso em 26 de maio de 2015.

mundial da juventude, vídeos e símbolos que nos ajudarão servindo de fontes para uma contribuição na discussão desse estudo, culminando numa visão da ação dessa instituição Igreja na busca de alcançar a juventude.

Mas também há o outro lado da moeda. Ao mesmo tempo em que a Instituição anda à procura do novo, há a juventude que busca se inserir nessa instituição milenar, e vem conseguindo principalmente através da Renovação Carismática, que atua com movimentos como células, ministérios de música de dança, movimentos nas universidades como os MUR (Movimento Universidade Renovadas) e GOU (Grupo de Oração Universitários), que no Brasil já passavam de 702 grupos registrados em 2009<sup>31</sup>

Ajudar a elucidar qual é produto dessa nova experiência religiosa será uma das metas desse trabalho, assim como dar um panorama sobre como os grupos de dentro da própria Igreja Católica estão se apropriando desse meio digital para seu benefício. Teremos como fontes as postagens do Facebook de um grupo novo que surge dentro de uma paróquia tradicional da cidade de Curitiba, denominado ProChristo, que está ativo há mais de 4 anos e usa a rede social do Facebook como instrumento de organização e evangelização, tendo um grande público em sua página. Direcionando suas postagens para um público alvo jovem, analisaremos as postagens feitas durante os períodos mais importantes para os católicos, como a Páscoa e o Natal, épocas em que suas publicações ganham mais destaque e apelos dentro dos grupos, ocasionando muito mais compartilhamento pelos usuários. Assim poderemos traçar um perfil do objetivo de cada grupo, suas intenções e principalmente se há o retorno esperado, além de ter uma direção do posicionamento que essa juventude busca ocupar dentro dessa milenar instituição tradicionalista, que aos poucos vai se abrindo à modernidade.

---

31 SOFIATI,2011. p. 165