



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

A mediatização da Renovação Carismática Católica no Brasil e o Jubileu de Ouro - Uma análise do evento Jubileu de Ouro na Fanpage RCC Brasil¹

The Mediatization of the Catholic Charismatic Renewal in Brazil and the Golden Jubilee - An Analysis of the Golden Jubilee Event in the Fanpage of the Brazil CCR

Henrique Inácio Weizenmann²

Virgínia Diniz Ferreira³

Palavras-chave: mediatização; religião; remediação; catolicismo midiático.

No ano de 2017 a Renovação Carismática Católica, movimento ligado à Igreja Católica, completou o seu jubileu de 50 anos de existência no mundo. Nascido na Universidade de Duquesne, em Pittsburgh, Estados Unidos, teve no Brasil um de seus primeiros Países de expansão e hoje é um dos lugares do mundo onde a expressão é mais forte sendo, inclusive, base de onde saem missionários.

As comemorações do Jubileu de Ouro da RCC no mundo, foram marcadas por diversos eventos pelo Brasil. Ocorrendo, inclusive, um evento no Vaticano - 31/05/2017

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Mestrando em comunicação social pela PUCRS, graduado em jornalismo pela PUCRS. henrique.weizenmann@gmail.com

³ Mestranda em Comunicação Social, linha de pesquisa Mídia e Estratégias de Comunicação, pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Graduada em Comunicação Social, curso de Rádio e TV, pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Membro dos Grupo de Pesquisa em Estratégias Audiovisual na Convergência (G-PEAC), integrado ao Núcleo de Estudos e Tecnologia (NEEC-UFMA) e do Grupo de Pesquisa de Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Tutora pela Universidade Estadual do Maranhão, para Educação a Distância (EaD), em ambiente moodle. Membro da comissão nacional de comunicação, do Ministério de Comunicação Social da Renovação Carismática Católica do Brasil. virginiaradialista@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

a 04/06/2017 - junto ao Papa Francisco, no Circo Máximo. Neste sentido, somado a forte expressão e comemoração realizadas no Brasil, chama-se a atenção para o uso das mídias do movimento carismático, nos eventos comemorativos e relacionados ao Jubileu de Ouro da RCC, que teve como cume o evento de nome homônimo, ocorrido na Comunidade Católica Canção Nova, em Cachoeira Paulista, SP, nos dias 28 de junho a 02 de julho de 2017. Assim que a notícia foi divulgada e eventos foram organizados tanto para marcar a comemoração como para celebrar o jubileu. Aponta-se, neste artigo, a forma como as mídias foram organizadas, de modo que as informações transmitidas eram retransmitidas e transformadas em estratégias de divulgação dentro de outras mídias do próprio movimento *remediação* (BOLTER e GUSIN, 2000). Estes eventos foram divulgados: a) de modo a marcar o ano como o ano do Jubileu de Ouro, b) com objetivo de tornar o movimento mais conhecido e c) obter material midiático de divulgação tanto para o movimento como para as comemorações.

Nesta pesquisa, busca-se responder, no contexto de midiatização (VERÓN, 1997; HJARVARD, 2014, 2016; BRAGA, 2006), como a *remediação* (BOLTER e GUSIN, 2000) ocorreu e como ela afetou a relação das pessoas com o movimento da Renovação Carismática Católica do Brasil (SOUSA, 2005), fenômeno que integra o catolicismo midiático (CARRANZA, 2011), resultado do processo de midiatização da religião (BORELLI, 2009, 2010; FAUSTO NETO, 2002, 2004, 2006, 2008).

Três conceitos são conjugados no presente trabalho: midiatização, *remediação* e catolicismo midiático. O primeiro, midiatização, tem seus primeiros postulados datados da década de 1990, por Eliseo Verón (1997), que define o processo de midiatização da sociedade como um processo onde a mídia toma o centro das relações sociais, alterando as práticas sociais e que tem como início o período pós-industrial. “Definitivamente o termo midiatização não designa outra coisa senão a mudança social e das sociedades pós-industrial” (VERÓN, 1997, p.17). Este processo, por interferir nas práticas sociais, alterou o processo social, de forma gradativa e alcançou todos os campos sociais



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

(RODRIGUES, 1999), incluindo o campo religioso, resultando no processo de midiatização da religião (FAUSTO NETO, 2004).

Como consequência do processo de midiatização da religião, podemos citar o fenômeno do catolicismo midiático (CARRANZA, 2011), cujo um dos principais representantes é o movimento da Renovação Carismática Católica. Sendo o equivalente ao pentecostalismo evangélico (MARIANO, 2005) na Igreja Católica, a RCC também é caracterizada pelo uso das mídias como instrumentos de estratégia de propagação e prática da fé (BORELLI, 2009).

Em tempos de redes digitais e, portanto, de convergência (JENKINS, 2006), o uso de plataformas como o Facebook, pelo movimento, faz-se para propagação do que os carismáticos intitulam como “Cultura de Pentecostes”, que vem a ser a espiritualidade e essência da RCC. Nesse sentido, as mídias digitais ganham grande penetração entre os membros do movimento e transformam as comemorações do Jubileu de Ouro da RCC em um evento midiático, que, uma vez transmitido pela TV Canção Nova não seria possível ser comemorado da forma como o foi se a articulação das ações nas redes sociais.

Nesse aspecto, é importante ressaltar que a midiatização não altera apenas as relações das instituições com os agentes sociais e dos agentes sociais com a mídia, mas, também, as ações das mídias com a própria mídia (HYARVARD, 2016). Assim, a saber, entende-se, neste artigo, que esta última forma de relação, configura-se como que chamamos aqui de *remediação*. Que seria, o processo pelo qual elementos de outras mídias são aproveitados para a criação de novos elementos midiáticos (BOLTER e GUSIN, 2000).

Por exemplo, o jogo “Valkyria Chronicles” possui uma interface que copia o jeito de ser de um livro. O uso da *remediação* não implica necessariamente o uso de elementos de mídias mais antigas, como um livro, em mídias mais modernas, como jogos digitais, contudo o evento é mais comum. Atualmente, por sinal, é possível perceber que existe uma reutilização de peças criadas para redes sociais em eventos,



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

tanto como projeções como na forma de cartazes impressos. No caso, o ambiente digital costuma *remidiar* elementos da televisão, do rádio e mesmo de livros, jornais e revistas.

Para averiguar este postulado, elegeu-se como objeto empírico desta pesquisa, o Evento Jubileu de Ouro da RCC, realizado de 28 de junho a 02 de julho de 2017, na sede da Comunidade Católica Carismática Canção Nova, em Cachoeira Paulista, SP e a utilização estratégica da Fanpage do movimento, Fb.com/rccbrasil, como principal mídia propagadora do evento. A página foi criada em 2011 e possui, até o dia 14/01/2018, 831.887 mil seguidores, administrada pelo departamento de comunicação do Escritório Nacional da RCC Brasil, sediado em Canas, SP, até o período do evento Jubileu de Ouro, coordenado pelo jornalista riograndenortense, Jorge Corrêa.

Assim, realiza-se uma pesquisa qualitativa, de caráter descritivo, interpretativo e analítico dividida em duas fases, uma exploratória e a seguinte analítica interpretativa. Na exploratória, foram identificadas as mídias do movimento e quais as de principal atuação. Nesta fase, o objetivo é essencialmente a coleta do material para ser analisado e levantamento de dados, quantitativos ou qualitativos, que auxiliem a análise.

Em seguida, realiza-se a análise e interpretação dos dados coletados na página a respeito das publicações feitas no período de janeiro de 2017 até julho de 2017, à luz dos conceitos teóricos e a partir da observação da Fanpage da RCC. As postagens da fanpage em questão serão avaliadas em três momentos: divulgação, realização e repercussão. Buscando-se identificar quais os conteúdos que fizeram menção a outros conteúdos midiáticos e quais as finalidades do uso dos conteúdos produzidos durante o evento no pós-evento, bem como a repercussão e o tipo de repercussão que foi obtido pelos processos.

Catronova (2006) pontua que o digital é real na medida em que as pessoas acreditam que ele seja real, o que implica que uma rede social é social na medida em que as pessoas realmente interagem com ela dando a esta interação um valor real. Sendo assim, segundo suas palavras, “quando a maioria das pessoas concorda que algo tem valor real para alguém, este algo realmente tem aquele valor” (2005, p. 148). Ou seja,



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

uma ideia, seja ela religião ou filosofia, possui consequências reais. E esta é um postulado importante para esta pesquisa. A vida de muitas pessoas foi marcada nestes 50 anos de existência da RCC, e o impacto das divulgações do Jubileu de 50 anos também, e desta maneira, pode-se refletir, também, quanto ao impacto deste movimento na História.

Referências bibliográficas

BARDIN, Lawrence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições, 70, 2011.

BORELLI, Viviane. Comunidades de recepção e os sentidos do religioso e do midiático. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 19, 2009. Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro: Compós, 2009.

_____. Mídia e religião, dispositivo e os novos contratos de leitura geram uma outra religião. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Santa Maria*, v. 2010, p. 1-15, 2010a.

_____. (Org). *Mídia e Religião: entre o mundo da fé e do fiel*. Rio de Janeiro: E-papers, 2010b.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. In: “Gênese e estrutura do Campo Religioso”. São Paulo: Perspectiva, 2002.

BRAGA, José Luíz. Sociedade Mídia. *Animus*, vol. V, nº 02, p. 9-35, jul/dez, Santa Maria (RS), 2006.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. EUA: Mit Press, 2000. 312 páginas.

CARRANZA, Brenda. *Renovação Carismática: origens, mudanças, tendências*. Aparecida: Editora Santuário, 2000.

_____. *Catolicismo Mídia*. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2011.

CASTRONOVA, Edward. *Synthetic Worlds The Business and Culture of Online Games*. Chicago: The University of Chicago Press, 2006.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

FAUSTO NETO, Antônio. Processos midiáticos e construção das novas religiosidades: dimensões discursivas. 2002.

_____. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos “templos midiáticos”. Contemporânea, vol2, nº 2, p. 139-168. Dez, 2004.

_____. Mídia e cultura, prática social, prática de sentido. Papes, Bogotá: Seminário Mídia e Cultura, 2006.

GOMES, Pedro Gilberto. A mídia e o processo social. In: A filosofia e a ética da Comunicação na mídia e na sociedade. São Leopoldo: Unisinos, 2006. P. 111-135.

_____. A metodologia como problema para pesquisa em mídia e religião. Mídia e processos sociais: aspectos metodológicos. Edunisc: Santa Cruz do Sul, 2010. p.144 - 156.

_____. Mídia e cultura: um conceito, múltiplas vozes. Famecos, Porto Alegre, vol , nº 2, maio, junho, julho e agosto/2016.

HJARVARD, Stig. As configurações comunicativas de mundos midiáticos: pesquisa na mídia na era da “mediação de tudo”. Matrizes, vol 08, nº 01, São Paulo, 2014, p. 21-44.

_____. Mediación: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. El la trama de la Comunicación, vol 20, nº 1, enero a junio de 2016, p. 235-252.

HINE, Christine. Virtual Ethnography. London: Sage, 2000.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2006.

_____; FORD, Sam; GREEN, Joshua. Introdução: Por que a mídia se propaga. In: Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

MARIANO, Ricardo. Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 2ª edição, 2005.

MATA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. In: Diálogos de la comunicación, nº 48, Lima: Felafacs, 1997.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Estratégias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1999.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

_____. Experiência, modernidade e campo da Comunicação. Lisboa, Universidade de Lisboa, 1999.

SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho: por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis. Vozes, 2002.

SOUSA, Ronaldo. Instituição e Carisma: relações de poder na RCC. Aparecida: Editora Santuário, 2005.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J. (Org.); BARROS, A. (Org.) Métodos e Técnicas de pesquisa em Comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 51-61.

VERÓN, Eliseo. La comunicacion mediatica. In: Revista Diálogos de la Comunicación. N. 48, Lima: Felafacs, 1997.

_____. Fragmentos de um tecido. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.