

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte
Mestrado

Robson Luiz Caramano de Camargo

**MUDANÇA DE AUTORIDADE RELIGIOSA: ESTUDO DA MUDIATIZAÇÃO NO
CATOLICISMO MEDIANTE A ANÁLISE TEXTUAL DISCURSIVA DA MISSA DO
PADRE MARCELO ROSSI TRANSMITIDA NO YOUTUBE**

CAMPINAS – S.P.

2020

Robson Luiz Caramano de Camargo

**MUDANÇA DE AUTORIDADE RELIGIOSA: ESTUDO DA MUDIATIZAÇÃO NO
CATOLICISMO MEDIANTE A ANÁLISE TEXTUAL DISCURSIVA DA MISSA DO
PADRE MARCELO ROSSI TRANSMITIDA NO YOUTUBE**

Trabalho de Mestrado apresentado ao Conselho do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, mídia e arte, da Universidade Pontifícia Católica de Campinas – PUC Campinas, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguagens, Mídia e Arte.

Orientador: Prof. Dr Carlos Alberto Zanotti

CAMPINAS – S.P.

2020

Ficha catalográfica elaborada por Vanessa da Silveira CRB 8/8423
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

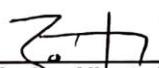
301.16 C172m	<p>Camargo, Robson Luiz Caramano de</p> <p>Mudança de autoridade religiosa: estudo da midiatização no catolicismo mediante a análise textual discursiva da missa do padre Marcelo Rossi transmitida no youtube / Robson Luiz Caramano de Camargo. - Campinas: PUC-Campinas, 2020.</p> <p>101 f.: il.</p> <p>Orientador: Carlos Alberto Zanotti.</p> <p>Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) - Programa de Pós-Graduação em Linguagem, Mídia e Arte, Centro de Linguagem e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2020.</p> <p>Inclui bibliografia.</p> <p>1. Comunicação de massa. 2. Autoridade (Religião). 3. Rossi, Marcelo. I. Zanotti, Carlos Alberto. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Linguagem e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Linguagem, Mídia e Arte. III. Título.</p> <p>CDD - 22. ed. 301.16</p>
-----------------	---

ROBSON LUIZ CARAMANO DE CAMARGO

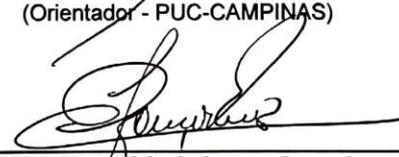
**"MUDANÇA DE AUTORIDADE RELIGIOSA: ESTUDO DA MUDIATIZAÇÃO NO
CATOLICISMO MEDIANTE A ANÁLISE TEXTUAL DISCURSIVA DA MISSA DO PADRE
MARCELO ROSSI TRANSMITIDA NO YOUTUBE"**

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte da PUC-Campinas, e aprovada pela Banca Examinadora.

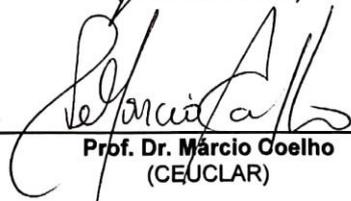
APROVADA: 20 de fevereiro de 2020.



Prof. Dr. Carlos Alberto Zanotti
(Orientador - PUC-CAMPINAS)



Prof. Dr. Paulo Sérgio Lopes Gonçalves
(PUC-CAMPINAS)



Prof. Dr. Márcio Coelho
(CEUCLAR)

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Professor Dr. Carlos Alberto Zanotti pela orientação e compreensão ao longo destes dois anos de pesquisa. Na pessoa dele agradeço os demais professores (as) e funcionários do Programa de Pós Graduação em Linguagens. Neste processo de aprendizado de dois anos três realidades se mostraram importantíssimas e decisivas para minha continuidade:

Os amigos de turma, a quem sou muito grato por todo incentivo e companheirismo. Meus amigos pessoais, que riram e choraram comigo nestes anos, incentivando-me a continuar mesmo quando os momentos foram difíceis e parecia impossível uma continuidade. Ganha especial destaque meu amigo e irmão Osvaldo Luis Silvestre pelas muitas vezes que, com paciência me acompanhou nas viagens.

A terceira realidade diz respeito à Igreja, na pessoa de Dom Paulo Cezar Costa, Bispo da Diocese de São Carlos, e de seu Auxiliar, Dom Eduardo Malaspina, quero agradecer imensamente o apoio, o incentivo e, sobretudo, a compreensão; na pessoa deles agradecer a paciência em minhas ausências de todo o povo da Paróquia São Nicolau de Flüe, na qual doo minha vida através de meu ministério

"Queres que te diga o que penso, Diz, Penso que não cegamos, penso que estamos cegos, Cegos que vêem, Cegos que, vendo, não vêem"- José Saramago

RESUMO

CAMARGO, Robson Luiz Caramano de. *Mudança de autoridade religiosa: estudo da midiatização no catolicismo mediante a análise textual discursiva da missa do padre Marcelo Rossi transmitida no Youtube*. (Dissertação de conclusão do curso de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas/ SP - 2020.

Esta pesquisa tem como objetivo dissertar acerca do processo de mudança de autoridade religiosa a partir do processo de midiatização no catolicismo; processo de midiatização este protagonizado por padre Marcelo Rossi em um conjunto de missas presididas no tempo litúrgico da quaresma de 2019, celebrações estas transmitidas ao vivo em seu canal na plataforma do *Youtube*. Como referencial teórico para elaboração do trabalho encontrou-se aporte nos documentos eclesiais do Concílio Vaticano Segundo e posterior a ele. Além deste olhar para o interno da Igreja preocupou-se em fundamentar este estudo em autores na área de teologia, teóricos da mídia, da midiatização e dos meios de comunicação, alguns a saber: Ney de Souza e Paulo Sérgio Gonçalves (2013), Joana Puntel (2016), Nicklas Luhmann (2005), Sitg Hjarvard (2014), Antônio Spadaro (2012), Moisés Sbardelotto (2011), Henry Jenkins (2009), Renold Blank (2006), Péricles Moraes de Andrade Júnior (2006) e André Ricardo Souza (2005). Nesta pesquisa realiza-se um estudo de caso das missas transmitidas pelo Youtube no canal do padre Marcelo Rossi e adota como metodologia a Análise Textual Discursiva, a partir dos autores Moraes e Galiuzzi (2007) e Moraes (2003). Os resultados deste estudo apontam para o surgimento de uma nova autoridade religiosa emergente do processo de midiatização. Nova autoridade que assim se caracteriza por apropriar à sua prática religiosa características específicas das lógicas da midiatização.

Palavras chave: Midiatização. Nova Autoridade. Religião. Lógicas de Midiatização.

ABSTRACT

CAMARGO, Robson Luiz Caramano de. Change of religious authority: a study of mediatization in Catholicism through a discursive textual analysis in Father Marcelo Rossi's mass broadcasted on Youtube. (Master thesis in Languages, Media and Art) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas / SP - 2020.

This research aims to expatiate about the change process of religious authority starting from the process of mediatization in Catholicism; a process of mediatization by Father Marcelo Rossi in a set of masses presided at the liturgical time of Lent 2019, celebrations broadcasted live on his channel on Youtube. The theoretical reference for the elaboration of this work was found in the ecclesial documents of the Second Vatican Council and after it. In addition to this look within the Church, there was the concern to base this study on authors in the area of theology, media and mediatization theorists, some of them are: Ney de Souza and Paulo Sérgio Gonçalves (2013), Joana Puntel (2016), Nicklas Luhmann (2005), Sitg Hjarvard (2014), Antonio Spadaro (2012), Moses Sbardelotto (2011), Henry Jenkins (2009), Renold Blank (2006), Pericles Morais de Andrade Junior (2006) and André Ricardo Souza (2005). This research is a study case of the masses broadcasted on Youtube on Father Marcelo Rossi's channel, and adopts as methodology the Discursive Textual Analysis, from the authors Moraes and Galiazzi (2007) and Moraes (2003). The results of this study point to the emergence of a new religious authority emerging from the mediatization process. This new authority is characterized by appropriating to its religious practice specific characteristics of the logics of mediatization.

Keywords: Mediatization. New Authority. Religion. Logic of Mediatization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Adoração na <i>live</i>	63
Figura 2 - Padre Marcelo pegando ipad para colocá-lo sobre o altar.....	89
Figura 3 - Intenções no ipad.....	89

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Seletores.....	57
Quadro 2 – Unidade de análises.....	66

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Plataformas digitais.....	61
Tabela 2 – Missas.....	64

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 A IGREJA CATÓLICA E SUA ESTRUTURA HIERÁRQUICA	19
1.1 A Igreja e seus atores.....	20
1.2 Igreja Católica e comunicação social	23
1.3 <i>Aggiornamento</i> comunicacional: rumo à midiatização	29
2 NO CATOLICISMO: UMA NOVA AUTORIDADE NA RELIGIÃO	39
2.1 A Midiatização Da Religião: Advento de uma nova autoridade para o exercício em novos templos.....	39
2.2 Sobre a Nova Autoridade	43
2.3 Midiatização, espaço litúrgico e ciberespaço	46
2.4 A experiência religiosa midiatizada	50
2.5 Meios de comunicação e notícias	56
3 MUDANÇA DE AUTORIDADE: AS MISSAS DE MARCELO ROSSI	60
3.1 Padre Marcelo Rossi na rede	61
3.1.1 Padre Marcelo e sua atuação no <i>Youtube</i>	62
3.1.2 Delimitação e corpus de pesquisa.....	64
3.2 Fiel: de protagonista a seguidor – uma Análise Textual Discursiva sobre as Missas de Padre Marcelo Rossi	71
3.2.1 Quem são os leigos para Renold Blank	76
3.3 O espetáculo religioso	78
3.3.1 Processo de midiatização: Padre Marcelo e seu caráter operacional nas Missas da Quaresma	82
3.3.2 Os seletores de Luhmann e a lógica da midiatização de Padre Marcelo Rossi	83
CONSIDERAÇÕES FINAIS	91
REFERÊNCIAS	94

INTRODUÇÃO

Este estudo é fruto de uma preocupação inicial referente à ação dos atores religiosos ligados à Igreja Católica Apostólica Romana nos meios de comunicação social, particularmente a partir das tecnologias digitais. Para tanto, apresentaremos algumas problematizações que conduzem a investigação deste estudo, dentre as quais buscamos entender como a Igreja Católica se apropria de uma nova linguagem, que não é apenas discurso, mas que envolve práticas, rituais e produção imagética na atualidade. Atualmente esta configurada como uma “sociedade midiaticizada”, termo amplamente aprofundado nas obras do Stig Hjarvard (2014) para descrever o processo comunicacional em curso.

Alguns dos questionamentos que apresentaremos neste estudo, e que têm relação com o conteúdo apresentado no parágrafo acima, são: Qual o deslocamento provocado pelo processo de midiaticização da religião no que se refere à autoridade religiosa e experiência de fé?; e como o fenômeno se apresenta na celebração eucarística presidida e transmitida pelo padre Marcelo Rossi na plataforma *Youtube*?. A hipótese é de que o poder e a autoridade do padre Marcelo Rossi sejam maiores do que os poderes instituídos pela própria hierarquia institucional, dado que a sociedade midiaticizada favorece o advento de novas autoridades, a partir do processo de midiaticização. Ainda que o referido padre seja uma autoridade institucionalizada, ele adquire novas potencialidades no exercício de seu ministério. A problematização e a hipótese nos conduziram a, no decorrer deste trabalho, dissertar acerca do processo de mudança de autoridade religiosa, evidenciado a partir do processo de midiaticização no catolicismo, tendo como estudo de caso a transmissão de missas presididas pelo padre Marcelo Rossi.

O *corpus* escolhido como foco para investigação consiste em uma sequência de 13 missas celebradas no tempo da quaresma de 2019, que atingiram um total de 344.448 visualizações. Destas, apenas duas celebrações (Sexta-feira Santa e Sábado Santo) foram presididas por Dom Fernando Antônio Figueiredo e concelebrada por padre Marcelo Rossi. Um adendo importante, digno de registro, é que as celebrações aqui analisadas não foram as transmitidas pela Rede Globo de

Televisão, mas sim as que ele presidiu no Santuário Nossa Senhora Mãe de Deus, situado na Avenida Interlagos, 3823 - Jardim Umuarama, São Paulo.

O referencial teórico adotado foi construído a partir de pesquisas bibliográficas e documentais, que apontaram para a área da midiatização da comunicação e da religião, quando nos apoiamos em autores referenciais dos campos da sociologia e da comunicação, e versados em documentos da Igreja Católica, a exemplo do conjunto de mensagens voltados para o Dia Mundial das Comunicações Sociais. A trajetória pelo Programa de Pós-Graduação de Linguagens, Mídia e Arte (LIMIAR), por sua vez, nos possibilitou traçar um caminho metodológico híbrido, por sua própria interdisciplinaridade. Pensando na metáfora, figura de linguagem da língua portuguesa, devemos olhar para esta dissertação como se ela fosse um trem, pois ela percorre os trilhos da investigação científica possibilitando desencadear inúmeras compreensões acerca do fenômeno estudado e aqui apresentado. Isto exige que se tenha, sob os trilhos, dormentes, que serão colocados na transversal. Os dormentes, no trilho deste estudo, são o método utilizado para investigação, amortecido pelos balastros, aqui compreendidos como a fundamentação teórica que suporta os dormentes, possibilitando a estabilidade no curso da pesquisa, mesmo diante de tantos impactos em seu caminho.

Entre os autores adotados para a realização deste estudo, destaca-se a obra metodológica de Moraes e Galiazzi (2007), voltada à Análise Textual Discursiva (ATD).. O ciclo de análise proposto pela ATD está articulado em quatro blocos com os quais configuramos nossa análise da seguinte forma: 1) Unitarização do *corpus*; 2) Categorização; 3) Meta texto; e 4) Auto-organização (MORAES, 2003, p. 191).

Segundo explica o autor, a unitarização do *corpus* constitui no primeiro ciclo da análise e implica em um olhar para as inúmeras leituras que os textos nos proporcionam. Nas palavras de Moraes (2003, p. 192), este exercício será o de “elaborar sentidos” e desta forma evidenciaremos, a partir da análise dos textos, os sentidos e significados aferidos. Ou seja,

Os textos são entendidos como produções linguísticas, referentes a determinado fenômeno e originadas em um determinado tempo e contexto. São vistos como produções que expressam discursos sobre diferentes fenômenos e que podem ser lidos, descritos e interpretados,

correspondendo a uma multiplicidade de sentidos que a partir deles podem ser construídos. (MORAES; GALIAZZI, 2007, p. 16)

Em nossa pesquisa, as “produções linguísticas” referem-se ao *corpus* observado e que consideramos satisfatório para a compreensão do fenômeno investigado. Uma vez que tínhamos os textos em mãos, passamos para a categorização, momento no qual foi possível comparar as unidades de análise já estabelecidas na desmontagem e unitarização dos mesmos.

Para a aplicação do processo analítico, foi utilizado o método indutivo, que se dá a partir da elaboração de subcategorias extraídas do próprio *corpus*, para assim compor um quadro de categorias gerais, denominado “Categorias Emergentes”. Ressaltamos a importância da validação destas categorias: validade e pertinência que se comprovam a partir de novas compreensões acerca do fenômeno, tendo como referência as categorias (MORAES; GALIAZZI, 2007, p. 25-26).

Após a desmontagem e reagrupamento dos textos em unidades de análise e uma vez efetuada a categorização – realizada através da comparação destas unidades -, produzimos metatextos, nos quais expressamos os sentidos apreendidos no todo do texto, a partir da categorização.

Segundo Moraes (2003), “os metatextos são constituídos de descrição e interpretação, representando o conjunto” (p. 202). Deste modo, a ATD nos possibilita a, enquanto autores, expressarmos nossa síntese e autoria de nosso estudo, uma vez que, neste processo de “descrição e interpretação”, o texto não se conclui, mas possibilita que diante de outras críticas acerca de nossa crítica nasçam novas interpretações sobre o fenômeno pesquisado.

O método da ATD encontra seu término de aplicação quando é capaz de produzir um novo começo, ou seja, após a escrita do metatexto. A nova configuração de textos selecionados e categorizados possibilita estabelecer um “novo emergente”, produzindo uma auto-organização na elaboração de novos significados, no que se refere a objetos de estudos específicos, partindo, sempre, dos textos que compõem o fenômeno estudado (MORAES; GALIAZZI, 2007, p. 44-45).

De maneira sistemática a Análise Textual Discursiva compreende 4 etapas para seu desenvolvimento, a saber:

- 1- Unitarização: etapa que implica no processo de desmontagem dos textos considerando sua multiplicidade de significados, o que nos possibilita construir um conjunto de significantes;
- 2- Categorização: com o método indutivo chegamos às categorias emergentes, que se ocupam de “estabelecer relações, reunir semelhantes, construir categorias” (MORAES,2003);
- 3- Metatexto: composto por textos descritivos e/ou interpretativos, visam elaborar sentidos aos textos agrupados nas categorias. A clareza e o rigor possibilitam expressar o que o *corpus* tem de importante a dizer; e
- 4- Auto-Organização: “Inicialmente, leva-se o sistema até o limite do caos, desorganizando e fragmentando os materiais textuais da análise. A partir disso, possibilita-se a formação de novas estruturas de compreensão dos fenômenos sob investigação, expressas então em forma de produções escritas”. (MORAES, 2003, p. 210).

Para atender aos objetivos deste trabalho, dividimos esta dissertação em três capítulos. O primeiro, *A Igreja católica e sua estrutura hierárquica*, tem como base diversas fontes bibliográficas, sendo seu objetivo apresentar os conceitos de hierarquia e de Igreja e a relação desta estrutura com a comunicação social, com a finalidade de explicitar a visão eclesial acerca dos meios de comunicação. Esta explicação tem como referência eclesiológica a concepção de Igreja proposta pelo Concílio Vaticano II, além de um aporte teórico a partir de reflexões dos papas Bento XVI (2010), Pio XII (1943) e Francisco (2014). Conta também com documentos eclesiais como o Compêndio da Doutrina Social da Igreja (2011) e o Inter Mirifica (1999). No que se refere à questão teológica, os referenciais adotados são Ney de Souza e Paulo Sérgio Gonçalves (2013), Joana Puntel (2016), além de pensadores no campo da comunicação, como Silverstone (2002) e Massimo di Felice (2017). Dentro deste primeiro capítulo, temos três seções, a saber: *A Igreja e seus atores*, que apresenta as fundamentações teóricas para a compreensão eclesiológica acerca da estrutura da instituição religiosa e seus atores; *Igreja Católica e Comunicação Social*, que tem como objetivo evidenciar a relação da igreja católica com a comunicação social, realizando um recorte a partir do Concílio Vaticano II, reconhecendo-se o esforço da igreja em dialogar com os sistemas externos aos do

intra murus da instituição; e *Aggiornamento comunicacional: rumo à midiatização*, com o objetivo de apresentar o deslocamento na maneira de se comunicar da instituição religiosa, visando a midiatização. De modo específico, o culto religioso, caracterizado pela celebração da missa, começa a assumir um novo formato, desterritorializando-se dos locais tradicionais para assumir as telas de tv, as ondas do rádio, até chegar nas plataformas digitais.

O segundo capítulo, *Midiatização no catolicismo: uma nova autoridade na religião*, apresenta os conceitos de midiatização, a nova autoridade na religião e o novo espaço celebrativo. Esta segunda parte do estudo está subdividida em quatro seções: *A midiatização da religião: advento de uma nova autoridade para o exercício em novos templos*, tendo como objetivo apresentar referenciais teóricos acerca do processo de midiatização da sociedade e das instituições; *Sobre a nova autoridade*, que apresenta o conceito de nova autoridade; *Midiatização, espaço litúrgico e ciberespaço*, que visa evidenciar o processo de midiatização, a configuração de um novo espaço litúrgico e os desafios do ciberespaço; *A experiência religiosa midiatizada*, onde apresentamos o mercado religioso e a importância da plataforma *Youtube* para atividades como política e religião; e a última seção, *Meios de comunicação e notícias*, que, a partir de uma tabela de seletores (LUHMANN, 2005) finaliza o capítulo apontando para a análise realizada na terceira parte deste trabalho. Como aporte teórico deste capítulo, apresentamos pesquisadores referenciais no campo da sociologia, como Nicklas Luhmann e Sitg Hjarvard (2014); e na parte teológica, apresentamos o pensamento do sacerdote Jesuíta Antônio Spadaro (2012). No que se refere à comunicação, recorreremos a pesquisadores como Moisés Sbardelotto (2011) e Henry Jenkins (2009).

O terceiro capítulo, intitulado *Mudança de autoridade: as missas de Marcelo Rossi*, apresenta o estudo de caso amparado no método da Análise Textual Discursiva, também já abordado acima. Foram analisadas as missas que o padre Marcelo Rossi celebrou e transmitiu através de seu canal no *Youtube* no tempo da Quaresma de 2019. Este capítulo foi dividido em três seções, com divisões, que são: *Padre Marcelo Rossi na rede*, onde se elabora um panorama acerca da atuação do religioso nos meios de comunicação digitais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* e seu site. A subseção deste texto intitula-se: *Padre Marcelo e sua atuação*

no Youtube, escrita com vista na delimitação de nosso objeto de estudo, apresentando o canal do sacerdote na plataforma digital, Na segunda seção, temos *Fiel: de protagonista a seguidor- uma análise textual discursiva sobre as missas de padre Marcelo Rossi*, que tem como objetivo apresentar um metatexto acerca da categoria de análise “seguidores”. Para melhor compreensão epistemológica aplica-se uma subseção: *Quem são os leigos para Renold Blank*, no intuito de esclarecer o conceito sobre o fiel leigo e, desta forma, elaborar sentido acerca do discurso do padre Marcelo. *O espetáculo religioso* compreende a última seção deste estudo, na qual se elabora o metatexto da segunda unidade de análise denominada *espetacularização*, cujo objetivo é a elaboração dos sentidos. Também vimos a necessidade de inserir a subseção *Processos de midiatização: Padre Marcelo e seu caráter operacional nas missas da quaresma*, com objetivo de proporcionar uma nova compreensão a partir dos metatextos apresentados. Esta subseção inicia uma passagem que encontra seu término na última subseção deste capítulo, intitulada *Os seletores de Luhmann e a lógica da midiatização de Padre Marcelo Rossi*.

A título de sistematização, para melhor compreensão do texto e aplicação de nossa análise, faz-se necessário saber que o terceiro capítulo teve por foco a Análise Textual Discursiva. No processo, amparamo-nos em autores, na área de teologia, como Rino Fisichella (2012), Agenor Brighenti (2011) e Renold Blank (2006). Em relação aos temas culturais contemporâneos, buscamos aporte em Paula Sibilia (2008), bem como junto a pesquisadores acerca da ação midiática dos padres no Brasil, em específico padre Marcelo Rossi, como Rosimeire Gonçalves da Silva (2015), Péricles Morais de Andrade Júnior (2006) e André Ricardo Souza (2005).

1 A IGREJA CATÓLICA E SUA ESTRUTURA HIERÁRQUICA

O presente capítulo tem como objetivo apresentar, a partir de fontes bibliográficas, um debate acerca dos conceitos de hierarquia e Igreja, bem como a relação desta estrutura com a comunicação social, visando, explicitar este conceito para o meio eclesial, acenando para a mediação da instituição.

Este texto surgiu da necessidade de contextualizar o âmbito eclesial para fora de sua realidade. Por isso, se poderá notar uma visão *intra murus* da instituição Igreja Católica Apostólica Romana, atravessada pelo processo de mediação da sociedade.

Três seções dividem este capítulo: 1.1 A Igreja e seus atores – na qual lançamos um breve olhar sobre a hierarquia da Igreja, sua estrutura e seus atores, no intuito de entender qual a compreensão eclesiológica acerca destes elementos institucionais; 1.2 Igreja Católica e Comunicação Social – no qual apresentamos uma instituição que se comunica com os seus e além dos seus; uma Igreja que busca dialogar com o mundo, visando compreendê-la em diálogo, além de apresentar nesta sessão a perspectiva da Igreja no que tange à comunicação social, sobretudo pós-concílio Vaticano II; e 1.3 *Aggiornamento* comunicacional: rumo à mediação – que tem como objetivo apresentar a mudança na maneira de se comunicar da Igreja, não apenas no seu templo, no seu território delimitado pelos arredores da paróquia, mas, agora, presente na esfera virtual, possibilitando um alargamento do conceito de experiência religiosa.

O questionamento que abre a reflexão para este capítulo se refere à hierarquia da Igreja, no intuito de reconhecermos como ela se constitui. Formando uma base de fundamentação teológica para as análises do terceiro capítulo, julgamos necessário passar pela compreensão da Igreja enquanto corpo, sendo preciso entender como este corpo entende a comunicação e chegando a um dos modos com que ele se comunica.

1.1 A Igreja e seus atores

O Papa Bento XVI, em audiência geral na praça de São Pedro em 26 de maio de 2010, definiu a hierarquia como um “tríplice vínculo: antes de tudo com Cristo e com a ordem dada pelo Senhor à sua Igreja; depois o vínculo com os outros Pastores na única comunhão da Igreja; e, por fim, o vínculo com os fiéis confiados a cada um, na ordem da Igreja.” (BENTO XVI, 2010). Nesta perspectiva, a hierarquia se apresenta como um mecanismo de comunhão entre os fiéis. Como expressara o Pontífice nesta audiência o termo deve ser compreendido no seu sentido próprio, apartado de seus abusos que geraram má compreensão do termo.

Geralmente, diz-se que o significado da palavra hierarquia seria "domínio sagrado", mas o verdadeiro significado não é este, é "origem sagrada", ou seja: esta autoridade não provém do próprio homem, mas tem origem no sagrado, no Sacramento; submete portanto a pessoa à vocação, ao mistério de Cristo; faz do indivíduo um servo de Cristo e só como servo de Cristo ele pode governar, guiar para Cristo e com Cristo. Por isso quem entra na Ordem sagrada do Sacramento, a "hierarquia", não é um autocrata, mas entra num vínculo novo de obediência a Cristo: está ligado a Ele em comunhão com os outros membros da Ordem sagrada, do Sacerdócio (BENTO XVI, 2010).

Faz-se necessária a compreensão do conceito para entendermos a organização da Igreja que, na ótica teológica, apresenta-se como um Corpo, sendo parte deste corpo aqueles que, de acordo com a Constituição Dogmática *Lumen Gentium*, vivenciam a ação sacramental do Batismo e da Eucaristia. Por meio destes, cada fiel faz comunhão com toda a Igreja, tornando-se membros uns dos outros (CONSTITUIÇÃO DOGMÁTICA LUMEN GENTIUM, 2000, p. 44). Na perspectiva bíblica encontra-se a ideia desenvolvida por Paulo na carta aos Romanos, afirmando que “nós, embora muitos, formamos um só corpo em Cristo” (Rm 12,5), corpo do qual Cristo é a cabeça do corpo que é a Igreja (Cl 1,18), composta por seus membros advindos do Batismo. Faz-se discípulos da cabeça e, assim, da visibilidade ao corpo.

Se considerarmos o fim principal e Sua Igreja e as causas eficientes próximas da salvação, é sem dúvida espiritual; mas em relação aos que a constituem, e às coisas que levam a esses dons espirituais, é externo e necessariamente visível. Os apóstolos receberam a missão de ensinar por sinais visíveis e audíveis, e cumpriram sua missão apenas por palavras e atos que certamente atraíram os sentidos. (LEAO XIII, 1896).

A citação acima, da Carta Encíclica *Satis Cognitum*, sobre a Unidade da Igreja, do Papa Leão XIII, promulgada no dia 29 de junho de 1896, nos traz essa afirmação de que por ser um corpo é que a Igreja se torna visível no mundo. Quarenta e sete anos depois, Pio XII retomaria a ideia de Igreja Corpo Místico de Jesus Cristo em sua Carta Encíclica *Mystici Corporis Christi*, promulgada em 29 de junho de 1943.

Não se julgue, porém, que esta bem ordenada e “orgânica” estrutura do corpo da Igreja se limita unicamente aos graus da hierarquia; ou, ao contrário, como pretende outra opinião, consta unicamente de carismáticos, isto é, dos fiéis enriquecidos de graus extraordinários, que nunca hão de faltar na Igreja. E fora de dúvida que todos os que estão neste corpo estão investidos de poder sagrado, são membros primários e principais, já que são eles que, por instituição do próprio Redentor, perpetuam os ofícios de Cristo doutor, rei e sacerdote. (PIO XII, 1943).

Se nos apropriamos da compreensão de hierarquia do papa Bento XVI, entendemos o termo hierarquia como “origem sagrada”. Desta forma, a autoridade contida nela provem do sagrado. Na perspectiva de Bento XVI, “faz do indivíduo um servo de Cristo e só como servo de Cristo ele pode governar, guiar para Cristo com Cristo” (BENTO XVI, 2010). Em compreensão anterior aos tempos do recente pontificado do Papa, hoje, emérito, Pio XII na encíclica acima mencionada, compreendia que o corpo da Igreja não se valia apenas de sua composição hierárquica, mas consiste em compreender o todo deste corpo no qual também estão incluídos os fiéis que dele participam e são seus “membros primários e principais”, agentes da ação evangelizadora e missionária da Igreja.

Participam deste corpo e são revestidos de poder aqueles que são introduzidos na Igreja através do Sacramento do Batismo. Mais a frente, poderemos refletir um pouco sobre essa dimensão da autoridade na Igreja, mas por hora, vale reconhecer a importância do batismo para introdução dos fiéis na instituição eclesial: “pelo batismo o homem é incorporado na Igreja de Cristo e nela constituído pessoa, com os deveres e direitos que, atendendo à sua condição, são próprios dos cristãos” (CÓDIGO DE DIREITO CANÔNICO, 2017, p. 67).

O batismo introduz o fiel na Instituição Igreja, e esta, por sua vez, possui uma estrutura de poder (BOFF, 1982, p. 84) na qual exercem sua autoridade sobre os fiéis, aqueles que são ordenados para governar, ensinar e conduzir o povo. Estes

estão presentes nos três graus da hierarquia da Igreja composto por três, como podemos aferir da Constituição Dogmática *Lumen Gentium*: primeiro grau da ordem: Diaconato (os diáconos); segundo grau da ordem: Presbiterato (os padres); e terceiro grau da ordem: Episcopado (os bispos). Partindo do terceiro grau, temos os bispos, “mestres autênticos dotados da autoridade de Cristo que pregam ao povo a eles confiado a fé que deve ser crida e praticada” (CONSTITUIÇÃO DOGMÁTICA LUMEN GENTIUM, 2000, p. 68); com eles os presbíteros, os padres que, presentes nas paróquias, “sob a autoridade do Bispo santificam e regem a porção da grei do Senhor que lhes é confiada. No lugar onde estão tornam visível a Igreja universal e eficazmente cooperam na edificação de todo o corpo de Cristo” (Ibidem, p. 74); junto deles, os diáconos que “servem o povo de Deus na diaconia da liturgia, da palavra e da caridade, em comunhão com o Bispo e seu presbitério” (Ibidem, p. 76).

Na estrutura da Igreja a instituição reconhece, também, o estado dos fieis denominados leigos. Por leigos se entende todos os cristãos, com exceção dos ministros ordenados para os três graus da ordem.

A índole secular caracteriza especialmente os leigos (...) É porém específico dos leigos, por sua própria vocação, procurar o Reino de Deus exercendo funções temporais e ordenando-as segundo Deus (...) Vivem nas condições ordinárias da vida familiar e social, pelas quais sua existência é como que tecida (Ibidem, p. 77).

Cada leigo presente no mundo expressa-se na sociedade como membro do único corpo, que é Cristo. Esta atitude de unidade presente entre a hierarquia e os fiéis leigos e leigas compõe a comunidade de fé, que está situada na Igreja Particular, denominada Diocese.

Para compreendermos esta estrutura territorial da Igreja, podemos fazer uso de uma comparação da Igreja-instituição e a estrutura da sociedade composta por País, Estado e Municípios. O País corresponderia à Igreja Universal – a Igreja ligada e em unidade com Roma / Vaticano; o Estado correspondente às Dioceses (Igreja Particular) que compõe este “País”. No entanto, cada Estado com sua autonomia; e os Municípios que poderiam representar as Paróquias, pertencentes ao Estado / Diocese e que estão sob o cuidado de um pastor denominado Pároco.

Esta simples estrutura da Instituição colabora para com a compreensão da análise acerca do fenômeno da Miatização da Religião, apresentado nesta dissertação. Uma vez que a hierarquia da Igreja começa a assumir uma nova configuração, tendo como meio de instituição de poder e autoridade o próprio processo de miatização de seus atores.

Ao que se poderia perguntar o sentido desta compreensão eclesiológica com o escopo de nossa investigação, se faz necessário saber que a Igreja, atuando no mundo através de seus representantes, legalmente reconhecidos, vê-se atravessada pelo processo de miatização, que veremos mais afundo adiante. Processo este no qual tem favorecido novas realidades dentro da própria estrutura institucional. Inúmeras realidades despontam como novidades para o meio da Igreja Católica, e assim o são pelo fato de que a hierarquia fora constituída em uma época diferente da assim chamada era das mídias (PUNTEL, 2005, p.10).

No campo do que podemos chamar teologia da comunicação, Joana Puntel acena para uma cultura a ser cultivada no interior da instituição eclesial, a “cultura midiática”. Avalia a teóloga que a Igreja, por tempo, se preocupou com seus receptores, bem como com seus espectadores, no que tange ao campo da comunicação. No entanto, desde a publicação da carta Encíclica *Inter Mirifica*, a igreja possibilitou uma revolução copernicana, em seu agir comunicativo, uma vez que coloca, também, na centralidade da discussão os atores religiosos, de forma específica as autoridades eclesiásticas que se veem chamadas a serem evangelizadores nesta cultura da mídia (Ibidem, p. 138).

1.2 Igreja Católica e a comunicação social

O diálogo da instituição religiosa com a cultura e a sociedade nasce a partir de modelos eclesiológicos e, por meio deles, no decorrer da História, a igreja expressa sua fé. Um dentre os inúmeros modelos eclesiológicos marcou época a partir do ano de 313, com o Papa Constantino (272-337). Foi o momento em que Igreja e Estado se uniram, criando “A construção de uma cultura cristã fortemente

articulada com a religião cristã e o feudalismo na Idade Média” (CALIMAN, 2015, p. 451). Este modelo se sustentou até o século XIV, quando começou a entrar em crise, culminando com a Reforma Protestante, no século XVI. Com a Revolução Francesa, no século XVIII, a Igreja se auto afirmou como uma sociedade perfeita, fechada ao diálogo com o mundo, que dela exigia mudanças (CALIMAN, 2015). No intuito de se defender e reafirmar sua doutrina frente às críticas de reformadores como Lutero (1483-1546), o Papa Paulo III convocou o Concílio de Trento, que perpassou dois pontificados, entendido como uma reação à Reforma Protestante.

A Igreja Católica que sai do Concílio de Trento é uma instituição em guarda, que se coloca na defensiva contra um mundo em mudança nos âmbitos da economia, da sociedade, da religião e da cultura. Ao adotar um receituário para enfrentar as ameaças da Reforma, a Igreja Católica constrói um modelo de reação contrário às mudanças que já vinham se alastrando pelo mundo moderno (SANCHEZ, 2015, p. 182).

Na própria liturgia ritual da missa, por exemplo, expressava-se a visão de uma instituição de costas para o mundo e voltada para si mesma. Não era sem razão que os sacerdotes se postavam de frente para os altares, e não para os fiéis que compareciam às orações. A marca da Idade Média, nas características da cristandade, perdurou por muito tempo.

Ney de Souza e Paulo Sérgio Gonçalves (2013), no que foi denominado “período entre guerras”, mostram o pontificado de Pio XI com uma marca característica do momento político predominante ao qual a Igreja se via chamada a testemunhar sua fé e a propagação do Reino de Deus (SOUZA; GONÇALVES, 2013, p. 102-103). Com acenos à preocupação com os meios de comunicação social, Pio XI publica sua Carta Encíclica *Vigilanti Cura* (PIO XI, 1936, não paginado), na qual a temática é sobre o cinema. Uma carta curta, dividida em três capítulos, que disserta sobre a importância do cinema como um influenciador e o desafio da Igreja em orientar os seus para o bom uso deste meio.

Sucessor de Pio XI, o Papa Pio XII, cujo pontificado ocorreu entre 1939 e 1958, ao tratar da preocupação com a comunicação, aponta para uma Igreja que começa a dar alguns passos de mudança, muito embora Pio XII ainda continue a se

comunicar de maneira fechada, endogenamente (BARBEIRA, 2010, p. 27) expressando o último papado de “era antimoderna medieval”, segundo Souza e Gonçalves (2013, p. 105).

Ainda que diante de uma Igreja que fala *intra murus*, em 8 de setembro de 1957, o pontífice promulgou uma carta encíclica aos patriarcas, primazes, arcebispos e bispos sob o título *Miranda Prorsus - Sobre a cinematografia, a rádio e a televisão*. Através do documento, no qual reconhecia os avanços tecnológicos da comunicação e seus intensos reflexos na sociedade, Pio XII orientava os membros da hierarquia quanto à utilização daqueles meios visando a promoção da pessoa humana e a difusão da mensagem cristã.

O pensamento de Pio XII já refletia uma Igreja que avançou no tocante aos meios de comunicação, justamente por encontrar orientações práticas para sua inserção nas mídias dominantes de então, como o cinema, a televisão e o rádio.

Sabemos quanto se tem feito e quanto se faz, nos vários países, para desenvolver programas católicos na rádio. São numerosos, graças a Deus, os eclesiásticos e leigos, que se tornaram pioneiros neste campo, assegurando para as transmissões sacras o lugar que corresponde ao primado dos valores religiosos sobre o resto das coisas humanas. Considerando, no entanto, atentamente, as possibilidades que nos oferece a rádio para o apostolado, e impelidos pelo mandato do Divino Redentor "Indo por todo o mundo, pregai o Evangelho a toda a criatura", rogamos-vos, Veneráveis Irmãos, que aumenteis e aperfeiçoeis mais ainda, segundo as necessidades e possibilidades de cada lugar, as transmissões religiosas (PIO XII, 1957).

Nota-se que a hierarquia e os féis leigos, membros da Igreja, devem levar a instituição e sua palavra através de transmissões sacras, fortalecendo a presença da instituição nos domicílios. É o que se pode observar sobre o rádio, entendendo que a presença da Igreja no sistema de radiodifusão favorece a expansão da fé, não apenas pelos ministros ordenados para isso (padres e bispos), mas também em função da participação ativa de cada fiel leigo, compreendido como ator religioso neste contexto. No intuito de que todos (eclesiásticos e leigos) pudessem dizer uma única língua no que se referia às transmissões religiosas, o pontífice exorta: “rogamos-vos, Veneráveis Irmãos, que aumenteis e aperfeiçoeis mais ainda, segundo as necessidades e possibilidades de cada lugar, as transmissões religiosas” (PIO XII, 1957).

É importante que se atente para as palavras de conclusão da carta encíclica *Miranda Prorsus*, dado ao fato de que o Papa explicita as intenções de seu escrito, mais uma vez ratificando o aspecto positivo dos meios de comunicação, mas de forma especial os meios audiovisuais:

Não deixámos, porém, de pôr em relevo os aspectos positivos destes modernos e poderosos meios de difusão. Para esse fim, expusemos, à luz da doutrina cristã e da lei natural, os princípios informativos que devem regular e dirigir tanto a ação dos responsáveis, em cujas mãos estão as técnicas de difusão, como a consciência do público que delas se serve. (PIO XII, 1957)

Pio XII convoca para a responsabilidade do uso dos meios de comunicação todos aqueles que têm nas mãos as “técnicas de difusão”. Numa sucessão de pensamento teológico ao redor dos meios de comunicação social, também Pio XII, como Pio XI, ao falar sobre o cinema, tem uma preocupação de aspecto moral, no intuito de que estes meios favoreçam a realidade da Igreja, promotora da pessoa humana e anunciadora de Jesus e seu Reino.

A situação mundial, e mesmo, em muitos aspectos, no interior da Igreja, respirava um ar desejoso de novidades. Pio XII via de forma positiva as reformas, mas sua atitude tendia para uma prudência exagerada. Tinha profunda intuição das radicais mudanças que se anunciavam no mundo e da necessidade, por parte da Igreja, de não perder o contato vital com essa realidade. (SOUZA; GONÇALVES. 2013, p. 106).

Os avanços viriam após a morte de Pio XII. Com ela, a nova autoridade papal, o cardeal Ângelo Roncalli (1881-1963), assumia o posto com idade bem avançada e ciente de que faria um pontificado de transição. Escolhe o nome de João XXIII e, 90 dias depois de eleito, convoca um novo concílio.

O papa quer um concílio de transição de época, um concílio que faça passar a Igreja da época pós-tridentina e, em certa medida, da plurissecular época constantiniana para uma fase nova de testemunho e de anúncio, com a recuperação dos elementos fortes e permanentes da tradição, julgados idôneos para alimentar e garantir a fidelidade evangélica de uma transição tão árdua. (ALBERIGO, 2006, p. 31)

Logo depois do anúncio, convoca um novo Concílio¹, ocorrido no dia 25 de janeiro de 1959, dando-se início às articulações para a concretização do desejo do

¹ Novo Concílio em relação ao anterior o Concílio Vaticano I convocado pelo papa Pio IX, com início no ano de 1869 tendo sua interrupção e suspensão por ocasião da Guerra Franco-prussiana no ano de 1870. Concílio este que não fora retomado nem, tampouco, concluído oficialmente (SOUZA; GONÇALVES, 2013, p. 77).

novo Papa. Efetivamente, o Concílio Ecumênico Vaticano II teve início no ano de 1962, encerrando-se sob a direção de Paulo VI, no ano de 1965. Entrou para História como um evento que promoveu o *aggiornamento* da Igreja Católica. Esta atualização colocou a instituição religiosa mais próxima a um diálogo com o mundo, viabilizando que deixasse de se entrenchear nas seguranças de um catolicismo da cristandade (BEOZZO, 2005, p. 10).

O *aggiornamento* proposto pelo Concílio abriu as portas do Vaticano para o mundo e deixou o espírito do tempo penetrar seus aposentos e suas estruturas. A Igreja católica do século XXI necessita continuar neste barco como porto de partida e relacionar no eterno diálogo com a sociedade contemporânea. A tendência tridentina cada vez mais cai se tornando minoria e dentro do processo histórico que foi sendo gestado, vão sendo colocados os pilares do diálogo com a modernidade. (SOUZA; GONÇALVES, 2013, p. 108).

Esta necessidade de diálogo com o mundo possibilita impactos em inúmeras realidades da Igreja, dentre elas, ao que nos interessa aos propósitos deste trabalho, a realidade da comunicação, que, da realidade conciliar até os tempos modernos vivencia o *aggiornamento* promovido pelo Concílio. Esta atualização aconteceu, também, na visão acerca da comunicação social. Protagonizada pelo sucessor de João XXIII, o Papa Paulo VI, que assume os trabalhos do Concílio e, de acordo com os fins deste estudo, possibilita um aprofundar-se na visão sobre os meios de comunicação e a interação dos fiéis e da própria instituição para com eles.

No âmbito interno da Igreja Católica, há uma passagem significativa no que tange à comunicação, quando a instituição passou por uma radical mudança em sua forma de se comunicar. Ela abandona a estratégia de um *dizer o mundo* para adotar um *dizer ao mundo* em suas pregações (grifos nossos).

Esta passagem acontece em função da consciência adquirida de que uma Igreja que diz *o mundo* estaria enclausurada na concepção de uma sociedade perfeita, na qual dita as normas. Em contraposição, após o enclaustramento da alta cúpula institucional, vê-se uma Igreja disposta a falar *ao mundo*, reconhecendo sua necessidade de dialogar com as inúmeras realidades que a circundam. Diálogo este que acontece, também, pelos meios de comunicação social.

Há muito se aprofunda e se discutem os resultados do Concílio Vaticano II, de forma específica as mensagens pontifícias para o Dia das Comunicações Sociais,

bem como os documentos do magistério da Igreja que trazem à tona esta temática. No entanto, chamamos atenção para a instrução pastoral, publicada por mandato Concílio Ecumênico Vaticano II intitulada *Communio et Progressio* (CONCÍLIO ECUMÊNICO II, 1971). Através desta, o Concílio, em linha básica, firma princípios doutrinários e orientações pastorais acerca da comunicação social.

Pela sua própria natureza, a comunicação social contribui para que os homens, comunicando entre si, adquiram uma consciência mais profunda da vida comunitária. E assim cada homem, unido a todos os seus irmãos, coopera nos desígnios que Deus tem sobre a história, como que levado pela mão divina. Por vez, esta união e solidariedade entre os homens, fim principal de toda a comunicação, encontra segundo a fé cristã, seu fundamento e figura no mistério primordial da inter-comunicação entre o Pai, o Filho e o Espírito Santo, que vivem uma única vida divina. (O'CONNOR; TONIOLO; DESKUR, 1971. Não paginado).

A Igreja esclarece nesta instrução a percepção de que os meios de comunicação social estão a serviço da promoção humana, fortalecendo laços de solidariedade, contribuindo para a unidade entre as pessoas, chamadas à vida comunitária, tendo por exemplo a relação trinitária do Pai, Filho e Espírito Santo. Em linhas gerais, nota-se a preocupação, neste momento, da apropriação da técnica comunicacional no intuito de que ela possa comunicar “obedecendo à lei fundamental da sinceridade, honestidade e verdade” (O'CONNOR; TONIOLO; DESKUR, 1971, não paginado).

Pelos meios de comunicação social, a Igreja promove o que Silverstone (1999) entenderá por “processos de mediação”.

A mediação implica o movimento de significado de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para outro. Implica a constante transformação de significados, em grande e pequena escala, importante e desimportante, à medida que textos da mídia e textos sobre a mídia circulam em forma escrita, oral e audiovisual, e à medida que nós, individual e coletivamente, direta e indiretamente, colaboramos para sua produção. (SILVERSTONE, 1999, p. 33).

Podemos realizar uma aproximação teórica da compreensão de mediação com a concepção de meios de comunicação social elencados pela Igreja Católica, uma vez que estes meios são mediadores entre a instituição, seus fiéis e seus não fiéis. A Igreja fala *ad intra* e *ad extra* fazendo uso dos meios de comunicação sociais. A instrução pastoral *Communio Progresso* nos possibilita reconhecer o duplo movimento da Igreja em fazer uso dos meios de comunicação, mas ela mesma ter

seus próprios meios para comunicar, em ambos os casos entendendo os meios de comunicação a serviço da Igreja:

Os meios de comunicação social, portanto, prestam um tríplice serviço à Igreja: possibilitam a sua manifestação ao Mundo; promovem, no seio da mesma Igreja, o diálogo; finalmente, põem-na ao corrente da mentalidade dos homens de hoje aos quais ela deve anunciar o Evangelho, mas usando uma linguagem compreensível ao mundo e partindo da problemática que agita o gênero humano. (O'CONNOR; TONIOLO; DESKUR, 1971. Não paginado).

1.3 Aggiornamento comunicacional: rumo à midiatização

Fruto do Concílio Vaticano II, uma nova maneira de compreender a comunicação irrompia no interior da instituição religiosa. Nos documentos conciliares, o decreto *Inter Mirifica* (1963) abordava sobre os meios de comunicação e, pioneiramente, Paulo VI é quem promulga um Dia Mundial dedicado às Comunicações Sociais no interior do catolicismo. Inicia-se, assim, um ciclo de reflexões acerca da comunicação e da maneira de se comunicar, que chega até os dias atuais.

É preciso começar por preparar os leigos do ponto de vista doutrinário, moral e técnico, multiplicando escolas, institutos e faculdades de comunicação, em que jornalistas, autores, cineastas, radialistas, comunicadores de televisão e todo pessoal necessário recebam uma formação imbuída do espírito cristão, especialmente no que concerne à doutrina social da Igreja. (INTER MIRIFICA, 1963, p. 17).

A doutrina, a moral e a técnica se articulam para produzir o que o documento denomina de “uma formação imbuída de espírito cristão”, formação esta que visa uma comunicação que não apenas transmite a fé, mas que promova a pessoa humana. Daí a preocupação de que a formação promovida pudesse ter incidência no que se refere à doutrina social da Igreja, uma vez que esta tem por finalidade a promoção de um humanismo integral e solidário (COMPÊNDIO DA DOCTRINA SOCIAL DA IGREJA, 2011,p.19).

Neste sentido, Paulo VI demonstra ter consciência da importância dos meios de comunicação, mas, sobretudo, da relevância de cada fiel fazendo o bom uso destes meios para auxiliar no enfrentamento a um mundo em crise. Crise na qual a

pessoa humana vê-se perdida, mergulhada na liquidez de um tempo que lhe parece efêmero, como refletiria, anos depois, o filósofo polonês Zygmunt Bauman: “Não nos resta nada a ser desejado? Nada a perseguir? Nada com que sonhar na esperança de que se concretize ao acordarmos?” (BAUMAN, 2008, p. 129).

A mudança de época que suscita as reflexões de Bauman está presente no Episcopado Latino-Americano e Caribenho (CELAM, 2007, p. 32). Reconhecê-la é importante para a compreensão da realidade atual, uma vez que o olhar eclesiológico nos possibilita compreender a intensidade deste contexto de mudanças, que não atinge somente realidades secundárias, mas a própria situação da época. Assim –pode-se dizer– estamos em uma situação em que a mudança, sobretudo permeada pela efemeridade, é paradigmática e determinante.

Na leitura de Bento XVI (2009), esse estado de coisas intensifica-se com o fenômeno da globalização, que favorece a proximidade, mas enfraquece a fraternidade, porque se baliza nos interesses econômicos. Também o relativismo cultural, que desenraizaria a pessoa humana, em especial no que se refere às suas fortes tradições de ordem metafísica, é visto como um perigo para a sociedade (BENTO XVI, 2009).

Desta forma, tem-se o surgimento das chamadas “culturas artificiais” (CELAM, 2007, p. 33), que não contemplariam a realidade de maneira integral, mas somente a partir da satisfação momentânea do prazer, intensificando o individualismo. Esse contexto favorece, segundo entende a Igreja Católica, a que o ser humano mergulhe em uma busca constante para dar respostas aos padrões estéticos da sociedade contemporânea no tocante ao corpo. Assim, o verdadeiro bem do homem, conforme entende a instituição, já não é contemplado, mas negligenciado e esquecido. “Quando uma sociedade começa a negar e a suprimir a vida, acaba por deixar de encontrar as motivações e energias necessárias para trabalhar a serviço do verdadeiro bem do homem.” (BENTO XVI, 2009).

É neste ambiente complexo, sob a perspectiva eclesiológica, que as instituições de um modo geral, e em particular a Igreja Católica, se veem chamadas a dialogar com seus públicos, ocupando-se das alegrias e tristezas, angústias e esperanças de cada um (CONSTITUIÇÃO PASTORAL GAUDIUM ET SPES, 2000,

p. 143). Atualmente o Papa Francisco (2013) tem sido o expoente desta Igreja do diálogo uma vez que se reconhece em suas falas o desejo da “Igreja em Saída”, como expressa em seu texto *Evangelii Gaudium – A alegria do Evangelho. Sobre o anúncio do Evangelho atual*. Nela as comunidades cristãs, presentes em todos lugares, são chamadas a ousarem na tomada de iniciativa, viabilizando que suas estruturas se tornem missionárias e evangelizadoras, promovendo a dignidade humana à luz da fé da Igreja.

A reforma das estruturas, exigidas pela conversão pastoral, só se pode entender neste sentido: fazer que todas elas se tornem mais missionárias, que a pastoral ordinária em todas as suas instâncias sejam mais comunicativa e aberta, que coloque os agentes de pastorais em atitude constante de “saída” e, assim favoreça a resposta positiva de todos aqueles a quem Jesus oferece a sua amizade. (FRANCISCO, 2013).

“Quem comunica faz-se próximo”, afirma o Papa Francisco (2014) em sua primeira mensagem pontifícia para comemorar o Dia Mundial das Comunicações Sociais, criado pela instituição em 1967. Esta afirmação traz consigo o fato de que a ação comunicativa da Igreja precisa, também, passar por uma conversão, que implicará à Instituição falar ao mundo midiático. Neste mundo em que as tecnologias de comunicação e informação se apresentam ubíqua e pervasivamente instaladas, a Igreja Católica toma consciência de que suas formas tradicionais de abordar fieis já são insuficientes para a relação dialógica que está no cerne de suas atribuições. Bem por isso, vai buscar, no sistema midiático, os instrumentos que lhe assegurem maior eficácia em sua função sistêmica. Este cenário que toma conta do tecido social produz, também, um novo perfil de religião e de ator religioso, tendo como consequência última a midiática da religião (HJARVARD, 2016, p. 11).

De acordo com dados do censo 2010, no tocante à religiosidade do povo brasileiro, 86,8% da população se declara cristã, sendo que 64,6% dos entrevistados se descrevem como católicos (IBGE, 2011). A expressividade dos dados recolhidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística nos convida a lançar os olhos sobre o fenômeno religioso, localizando-o particularmente nos quadros do catolicismo, crença que chegou ao Brasil junto com seus primeiros colonizadores. Desde então, a prática da religiosidade católica vem passando por sucessivas atualizações, visando adequar-se aos novos tempos, que ensejam novos costumes e novos valores sociais. Mas nenhuma atualização, a nosso ver, foi tão intensa em

relação ao exercício da religiosidade quanto a decorrente do fenômeno que Hjarvard (2014) denomina “mídiação da religião”.

Em sua obra mais conhecida no Brasil, o pesquisador dinamarquês descreve de que maneira as práticas culturais –e a sociedade como um todo– adotaram estratégias até então exclusivas do sistema midiático. Em função de se dirigir a um público massivo e altamente heterogêneo, junto ao qual se vê na contingência de conquistar a atenção, a mídia desenvolveu estratégias que estariam, na etapa atual do desenvolvimento tecnológico, sendo adotadas por praticamente todas as instituições sociais. Conforme entende Hjarvard, a mídiação implica em ir muito além da etapa de mediação, que apenas remete ao uso de aparatos midiáticos para se comunicar. Mídiacionar equivale a incorporar linguagens, rituais, cenografias, entre outras estratégias, que implicam numa mudança estrutural que tomou corpo no período que o autor denomina de “alta modernidade” (HJARVARD, 2014, p. 22).

Para sua missão evangelizadora, a instituição católica sempre buscou encontrar uma linguagem que julgasse adequada para dizer *ao mundo* com eficácia (grifo nosso). Dizer ao mundo implica compreender a instituição inserida em uma organização sistêmica como a sociedade e, por isso, tendo que dialogar não apenas no *intra murus* institucional, mas, também, *ad extra*. Ao falar para fora em tempos de alta modernidade², o catolicismo encontra hoje uma realidade impactada pelas tecnologias comunicacionais e mídias sociais digitais, fator significativo para a constituição de uma nova compreensão de mundo e de sujeito que interpela e expõe a instituição religiosa às características próprias dos tempos hodiernos, como as compreendidas por novas práticas interativas entre os indivíduos e as tecnologias de informação (FELICE, 2017, p 16).

Entendemos como sendo um novo ser, a nova autoridade que emerge de um fiel e pastor atravessados pelas tecnologias e pelas mídias. O termo mídia está aqui

² O termo alta modernidade (HJARVARD, 2014) é um dentre tantos outros conceitos que buscam definir o momento atual do pensamento. Não existe univocidade nessa interpretação conceitual. Gianni Vattimo fala sobre pós-modernidade e a compreende na linha heideggeriana de superação da metafísica. (VATTIMO, 1985). Giddens, por sua vez, fala sobre modernidade avançada, que compreende que o tempo atual é como que um progresso das teses propriamente modernas (GIDDENS, 1991). Também tem o conceito de Gilles Lipovetsky LYPOVETSKY, 2004) de hipermodernidade, que consiste na exacerbação da conceitualização moderna. Enfim, são muitos outros autores que trabalham conceitos diversos, mas, levando em consideração a afinidade temática de Stig Hjarvard com a mídiação, utilizaremos o seu conceito de “alta modernidade” nesta pesquisa.

associado ao que compreendeu Roger Silverstone (1999) ao se referir à internet como “um mundo interativo em que tudo e todos podem ser acessados, instantaneamente” (SILVERSTONE, 2002, p. 17).

A mídia, somada ao processo de midiatização, propicia alterações no dia-dia fazendo emergir novos contextos de relacionamentos e estruturas institucionais, provocadas por uma cultura denominada por Felice de “nova cultura tecnológica”:

Uma nova cultura tecnológica e comunicativa marca o cotidiano e a existência das novas gerações que vivem em contextos sociais e midiáticos digitais, e que produzem alterações qualitativas na política, na democracia e na forma de pensar a sociedade. A passagem de um modelo comunicativo baseado na separação identitária entre emissor e receptor e num fluxo comunicativo bidirecional para um modelo de circulação das informações em rede, no qual todos os atores desenvolvem simultaneamente a atividade midiática de emissão e de recepção, altera a prática e o significado do ato de comunicar (FELICE, 2017, p. 13).

A “nova cultura tecnológica”, como nos aponta o autor, altera o modo de interagir entre os indivíduos que se comunicam na medida em que os atores estão conectados por uma relação estabelecida em rede nesta “galáxia da internet”, segundo propôs Castells (1992), parodiando o título da obra de McLuhan (1977). Esta relação configura, também, uma nova maneira de existir e estar no mundo, nova em relação às estruturas sólidas e territórios muito bem delimitados antes do advento das novas tecnologias comunicacionais, midiáticas.

No âmbito eclesiológico começamos a nos questionar acerca de como a Igreja Católica Apostólica Romana está dialogando com esta nova cultura, como vem sendo afetada pelo processo de midiatização. Neste sentido, convergem os estudos de Pedro Gilberto Gomes (2010) no que se refere ao espaço virtual e eletrônico no qual atua a Igreja em meio à sociedade midiatizada. Acena ele para a existência de uma “nova ecologia comunicacional”:

Estamos vivendo hoje uma mudança epocal, com a criação de um bios midiático que incide profundamente no tecido social. Surge uma nova ecologia comunicacional. É um bios virtual. Entendemos que mais do que uma tecnointeração, está surgindo um novo modo de ser no mundo, representado pela midiatização da sociedade. (GOMES, 2010, p. 24).

A Igreja está inserida neste “bios virtual”. Nele a Instituição expressa sua missão eclesial de anunciar a Boa Nova, o Evangelho. Isso o faz mediante o tríplice

empenho da Igreja de ter uma consciência de si mesma, de renovar seu interior e suas estruturas, possibilitando assim o diálogo com este mundo da alta modernidade.

Se nos apropriarmos desta expressão da obra de Gomes (2010), podemos considerar que hoje, na instituição Católica, configuramos o que denominamos: 'Paróquia Virtual' – considerando que o termo paróquia, aplicado na Igreja Católica Apostólica Romana, é compreendido através do Código de Direito Canônico, cânon 515 parágrafo primeiro, como: “uma determinada comunidade de fiéis, constituída estavelmente na Igreja particular, e seu cuidado pastoral é confiado ao pároco como a seu pastor próprio, sob a autoridade do Bispo diocesano”. Assim, a plataforma que hospeda a transmissão de uma missa torna-se, também, um território virtual, mais uma vez pedindo da instituição uma revisão hierárquica necessária para atender as demandas do que denominamos novo espaço celebrativo.

Faz-se necessário esclarecer que, ao falarmos de espaço celebrativo, estamos nos referindo ao templo, a igreja, construída em um endereço físico, que ali se torna referência para os fiéis de uma determinada comunidade local. Não raro ainda notamos, nas cidades de interior, os sinos dos templos, que conclamam a eventos, informam as horas e quem, em alguns casos, ainda se ouve nos autofalantes os anúncios de falecimentos e os recados do município para a semana. Tão logo se vê o quanto esta ideia de templo possibilita a interação entre as pessoas que se reúnem ao redor das igrejas para conduzirem suas vidas.

Há mudanças significativas que marcam o templo e, nele, a interação entre os fiéis com os ministros do culto sagrado. Estas alterações, evidenciadas por Daniel P. Cronin, se iniciam com a oficialização do cristianismo por Constantino, passando pela Idade Média, o período Gótico, o Renascimento e o Barroco, até culminar com a ação do Movimento Litúrgico que possibilitou as alterações no espaço celebrativo como compreende hoje a Igreja, após o Concílio Vaticano II (CRONIN, p. 235-237).

Estas alterações se deram em âmbito estrutural e arquitetônico com o passar dos tempos. De ambientes como basílicas, perpassando por igrejas de pedra, mais escuras, mais tarde igrejas no estilo gótico e barroco, até templos com características a favorecerem a participação das pessoas no culto, participação esta

viabilizada através do acesso ao que se celebra. Haja vista que, em alguns momentos da História, o centro da celebração era visto apenas pelo sacerdote, como na Idade Média.

O espaço celebrativo de uma comunidade é na realidade um conjunto de diferentes espaços que formam o ambiente litúrgico total. Quando falamos dos espaços em que a liturgia é celebrada, referimo-nos ao lugar e a tudo o que esse lugar contém: a arte em a arquitetura e todos os outros objetos e elementos que se encontram nos arredores, fora e dentro do edifício. Em outras palavras, falamos do *ambiente*. (CRONIN, p. 237, grifos do autor).

Estes espaços aos quais se refere Cronin são três: os espaços para reunir-se, através dos quais antecedem a entrada no templo, se diz aqui dos átrios, lugar de chegada, encontro, acolhida, ambiente que favorece a ação altruísta, na medida em que as pessoas não saem de seus carros e entram na igreja como se faz em um mercado ou banco, são forçadas, podemos assim dizer, a um encontro com as pessoas (CRONIN, p. 239-240).

Há, ainda, o espaço para a assembleia, lugar importante por expressar a presença da comunidade, que é o ambiente que valoriza os membros do corpo de Cristo, como já trabalhado neste capítulo. Faz-se pertinente a observação de Cronin:

Os fiéis têm a necessidade básica de poder ver as ações, **ouvir** as palavras proclamadas com facilidade e com o uso dos meios tecnológicos de amplificação, quando for preciso. Mas também há a necessidade de sentir-se **perto** da ação celebrada de certo modo e não demasiadamente separado que possa fazer com que a assembleia se sinta espectadora. (CRONIN, p. 243).

Desta forma, todos (fiéis e hierarquia) se colocam numa perspectiva de escuta, comunhão e participação, não se sentindo distantes da ação litúrgica realizada. Isto é, temos ainda o terceiro espaço celebrativo, denominado por Cronin como “espaço para o presbitério”, aquele que está em harmonia com espaço para assembleia. É de onde o celebrante principal age na pessoa de Cristo, sendo, concomitantemente, membro da assembleia.

Neste espaço encontra-se o altar, mesa na qual se partilha a Eucaristia; o ambão, mesa da qual se partilha a Palavra de Deus para a comunidade; e a sede, cadeira na qual se senta o presidente da celebração, elementos litúrgicos que nos furtaremos a aprofundar, com o intuito de lançarmos um olhar para o espaço do presbitério.

Se entendermos as necessidades de participação, que já foram explicadas, optaremos por construir o presbitério de tal forma que esteja dentro e faça parte da assembleia, embora seja diferenciado. Se o é pela elevação, que seja o necessário para facilitar a visão de toda a assembleia: nem demasiadamente alto nem demasiadamente baixo. (CRONIN, p. 246).

Faz-se necessário um olhar atento para este espaço, uma vez que, embora destacado, se faz um com a assembleia que celebra. Nele o culto acontece, quando os olhos de todos estão voltados para este lugar que deve expressar o que se celebra e conduzir a assembleia para a centralidade do rito. Cuida-se para que não se caracterize outra realidade senão a da reunião de pessoas para celebração da fé.

Neste sentido partimos para uma realidade que desafia a instituição no que tange à celebração da fé, através da Santa Missa. O advento da televisão e da internet possibilitou que as pessoas tivessem acesso ao que chamamos novo templo. Um novo espaço se configurou através das transmissões ao vivo e hoje das *lives* pelas redes sociais. O que nos possibilita denominar “novo templo” diz-se em relação com o *bios*- virtual acenado por Gomes, neste trabalho.

O novo templo não possui, apenas, um endereço físico, mas sim virtual. Como se o nome rua ou avenida fosse substituído pelos canais de televisão, pelas ondas sintonizadas no rádio e endereços eletrônicos. No dial do rádio, na tela da tv, tablet ou smartphone, os fiéis celebram a fé sem sair de casa ou da realidade na qual estão inseridos. A interação de muitas pessoas com a comunidade e a fé se dá através destes meios, que hoje estão à palma da mão, não havendo a necessidade de caminhar quilômetros de distância para se reunir com os irmãos.

Os espaços físicos, atualmente, ficaram restritos à vivência dos sacramentos. Por sacramentos faz-se entender a ação continuadora de Jesus Cristo no mundo através da Igreja.

Com sua ascensão e desaparecimento dos olhos humanos, a densidade sacramental de Cristo passou para a Igreja que é o Sacramento de Cristo continuado ao longo dos tempos. O sacramento universal da Igreja se concretiza nas várias situações da vida e funda a estrutura sacramental, centrada especialmente nos sete sacramentos. (BOFF, p.15).

Por isso afirmamos que se torna inviável batizar alguém através do aparelho eletroeletrônico, por exemplo, ou até mesmo se casar por uma chamada de vídeo compartilhada no WhatsApp.

Entretanto, o Sacramento da Eucaristia, no Brasil, vem se midiaticizando desde 4 de fevereiro de 1968, de acordo com nossa investigação. Em fevereiro de 68 se data como o momento em que Dom Jaime Barros Câmara, na época Cardeal Arcebispo do Rio de Janeiro, presidiu a primeira missa em TV aberta, como um programa da Rede Globo. Desde então a celebração se tornou um dos programas mais antigos da emissora, transmitido todos os domingos às 6h. Outras emissoras como, por exemplo, TV Cultura, Rede Século XXI, Canção Nova, Rede Vida de Televisão e TV Aparecida também abrem espaço em sua programação para a celebração da Eucarística.

A coluna dedicada ao programa Santa Missa, no site da Rede Globo descreve os objetivos desta transmissão: “A celebração é destinada a dar conforto espiritual aos doentes, aos presos, aos idosos e aos que não podem se deslocar até uma igreja, por motivos físicos ou outros”. Nota-se o processo de midiaticização presente na compreensão acerca do rito litúrgico em sua divulgação não apenas pelo fato de o rito estar sendo veiculado em um meio de comunicação; nota-se a alteração desta compreensão que extrapola o campo da vivência do religioso, para compreendê-lo, também, como uma realidade midiática.

No campo de programação da TV Aparecida a “Missa de Aparecida – Santuário Nacional” traz a definição para a transmissão: “um momento sublime para quem está longe se sentir bem perto da Casa da Mãe Aparecida. A mensagem do Evangelho e as bênçãos de Nossa Senhora chegando em sua casa para toda a família”.

Dizemos aqui do sacramento da Eucaristia. Sacramento este não apenas presente nos meios de comunicação, mas que tem sofrido o processo de midiaticização por parte de seus atores; afirmação que se reconhece não, apenas, por se compreender a Santa Missa como um programa de televisão, mas por midiaticizá-la, oferecendo aos fiéis a fé pela tela da TV, através do rádio e na rede de computadores.

A partir disso percebe-se o quanto o processo de midiaticização tem favorecido uma alteração da experiência religiosa no campo celebrativo da fé. Ao que nos interessa aferir, como já mencionado anteriormente, esta nova configuração da

celebração da fé, não apenas se reproduz nos meios de comunicação, mas incorpora lógicas midiáticas ao seu discurso, à sua estética, ao próprio rito da celebração eucarística.

2 MIDIATIZAÇÃO NO CATOLICISMO: UMA NOVA AUTORIDADE NA RELIGIÃO

Este capítulo tem por objetivo apresentar os conceitos de midiatização, a nova autoridade na religião e o novo espaço celebrativo, o que permitirá a compreensão e a identificação de experiências religiosas que se midiatizaram através de atores religiosos.

Stig Hjarvard (2014), Niklas Luhmann (2005), Henry Jenkins (2009) são alguns dos referenciais teóricos que, articulados com pensadores do campo da teologia e da comunicação contemporâneas, nos auxiliam na compreensão do fenômeno da midiatização da sociedade e da instituição religiosa.

Dito isto, este capítulo está estruturado em três seções: 2.1 - A midiatização da religião: advento de uma nova autoridade para o exercício em novos templos; 2.2 – Sobre a nova autoridade; 2.3 - Midiatização, espaço litúrgico e ciberespaço; 2.4 - A experiência religiosa midiatizada e 2.5 – Meios de comunicação e notícias.

2.1 A midiatização da religião: o advento de uma nova autoridade para o exercício em novos templos

Luhmann, em *A realidade dos meios de comunicação* (2005), aponta que tudo o que conhecemos sobre o mundo em que vivemos –em se tratando de temas da atualidade– vem por intermédio dos meios de comunicação. Estes produziram uma segunda realidade, entendida como resultado de uma “sequência de *observações*” (LUHMANN, 2005, p. 20, com grifo do autor) mobilizada para comunicar as *irritações* observadas nos sistemas de função que compõem o sistema social. Aqui, *irritações* são entendidas como as comunicações que ocorrem no interior de um sistema qualquer, como o jurídico, o educacional ou mesmo, entre outros, o religioso, que se configuram como algo de interesse do sistema social como um todo.

A segunda realidade é aquela que decorre da observação feita e comunicada pelo sistema de comunicação social. Ou seja, é uma realidade construída

(LUHMANN, 2005, p. 18). Entendemos que esta segunda realidade se formula na própria lógica que mobiliza os meios de comunicação. Essa perspectiva, que nos permite ver o mundo religioso dentro de uma organização sistêmica, é a que leva as religiões a se midiaticarem nos tempos contemporâneos. Dizer ao mundo implica hoje reconhecer essa lógica e adotá-la em termos institucionais.

Em *A midiatização da cultura e da sociedade*, Hjarvard (2014) aponta que o fenômeno da midiatização influencia, a partir de suas especificidades, a sociedade como um todo e a cultura, em particular, contaminando todas as instituições que permeiam o tecido social. Através da midiatização, os atores sociais articulam o trinômio composto por tecnologia, estética e instituição representada. Em outro de seus trabalhos, *Midiatização e mudança de autoridade da religião*³, Hjarvard (2016, p. 9) descreve a mídia como uma ferramenta social que afeta as relações sociais nos seus mais diversos âmbitos e instituições. As instituições se apropriariam das *lógicas da mídia* e, numa perspectiva dialética, agiriam favorecendo a caracterização de uma instituição midiatizada.

Sendo o objeto de nosso estudo a midiatização da instituição religiosa, mais especificamente da Igreja Católica Apostólica Romana, entendemos que a fé pode ser articulada a partir dos códigos semióticos da religião e da mídia, possibilitando assim uma nova compreensão e uma nova vivência da experiência religiosa. Como acentua Hjarvard, a midiatização “acarreta uma transformação multidimensional da religião, influenciando seus textos, práticas, relações institucionais e, em última análise, a própria natureza da fé nas sociedades modernas” (HJARVARD, 2014, p. 137). A transformação observada pelo autor tem seus reflexos no *modus operandi* da instituição religiosa e de seus atores. Segundo argumenta o sociólogo, há três grupos dominantes que expressam três formas de religião midiatizada: a mídia religiosa; o jornalismo religioso; e a religião banal.

A *mídia religiosa* se expressa para dentro da instituição, sendo seus proprietários os agentes religiosos, cuja função seria “estreitar laços com seus irmãos de fé e criar um sentido de presença e comunidade” (HJARVARD, 2014, p. 130). Quase sempre servindo a uma causa religiosa, este modelo de mídia se dirige

³ Tradução livre dos autores para: “Mediatization and the changing authority of religion”

ao próprio sistema religioso, sem conseguir gerar uma síntese dialógica para um sistema mais ampliado, como o da sociedade e da cultura. Já o jornalismo religioso se expressa na cobertura de pautas noticiosas publicadas na imprensa profissional. Seu objetivo é dar visibilidade a temas da religião junto ao tecido social. Por este modelo, o agente religioso fica exposto às críticas da esfera pública, não tendo domínio algum sobre a discussão que o envolve, a menos que seja uma fonte para o jornalista.

A respeito da religião banal, Hjarvard se inspira em Michael Billing (1995), que trabalha o conceito de "nacionalismo banal". Para o autor americano, banal é entendido como algo comum, uma maneira velada de as mídias falarem da religião, sem, contudo, levantar uma bandeira de ordem espiritual. Hjarvard (2016, p. 12), propõe que “podemos entender 'religião banal' como algo diferente de religiões particulares com símbolos e práticas explícitas e institucionalizadas”⁴. Para os objetivos deste estudo, ficamos com o recorte de Hjarvard, que explica:

Por *mídia religiosa* compreendemos as organizações e práticas midiáticas eminentemente controladas e executadas por atores religiosos, quer coletivamente (uma igreja, por exemplo), quer de forma individual. Podem essas organizações e práticas englobar veículos de massa (p. ex., a *God TV*), redes sociais (p. ex., a *Catholic Online* no Facebook) e dispositivos pessoais privados (p. ex., telefones celulares) usados para comunicação entre indivíduos religiosos. (HJARVARD, 2014, p. 138).

Os atores religiosos que protagonizam a religião midiaticizada são descritos pela Igreja Católica como clérigos e leigos. Aos nossos propósitos, interessa a mídia religiosa compreendida como prática midiática protagonizada pelos atores religiosos, de maneira especial pelos clérigos. Estes se configuram como representantes da instituição, autoridades constituídas pela Igreja, mas que fizeram de sua ação pastoral uma ação criativa, assumindo o que o Papa Francisco (2013) denomina de “formas diferentes” para evangelizar e transmitir o conteúdo religioso. Na mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais de 2017, o pontífice ressalta:

Gostaria, pois, de dar a minha contribuição para a busca de um estilo comunicador aberto e criativo, que não se prontifique a conceder papel de protagonista ao mal, mas procure evidenciar as possíveis soluções, inspirando uma abordagem propositiva e responsável nas pessoas a quem se comunica a notícia. (FRANCISCO, 2017).

⁴ Tradução livre dos autores para: “[...] we may understand ‘banal religion’ as something different from particular religions with explicit and institutionalized symbols and practices.”

Ao que nos propomos analisar neste estudo, o perfil do padre presente nos meios de comunicação social, como agente midiaticado da religião, deve, segundo entende o pontífice, assumir um “estilo aberto e criativo”, modo este que exige uma atitude que se apropria de estratégias que Hjarvard denominou “lógica da mídia”.

O termo “lógica da mídia” *não* sugere a existência de uma racionalidade universal, linear ou única por trás de todas as instâncias midiáticas; deve ser compreendido como uma abreviatura conceitual para os vários *modus operandi* institucionais, estéticos e tecnológicos adotados pelos meios de comunicação, incluindo a forma como distribuem os recursos materiais e simbólicos e operam com a ajuda de regras formais e informais. (HJARVARD, 2014, p. 36)

A lógica se configura na medida que as instituições alteram seu *modus operandi* para realizar suas comunicações, modificando, a partir e principalmente da incorporação da estética midiática e de seu modo de estar no mundo. Entende-se por modo de estar a composição que envolve espaço, templo e ritual, que se alteram com o processo midiaticado.

Como exemplo, encontramos os templos que atualmente agregam câmeras de vídeo em seus espaços, bem como computadores e acesso à internet para transmissões, via *live* no Facebook, do Sacramento da Eucaristia. A missa transmitida pelas redes sociais digitais ou por emissoras de televisão seria fruto de um processo de midiaticação da própria fé.

Não se nota uma configuração única para definir “lógica da mídia”, pois sua forma se expressa na medida em que se observa o conjunto de características (como linguagem, imagem, estilo...) que constituem cada processo de midiaticação. Ao seu modo, a instituição religiosa vai encontrando um meio para se inserir neste espaço, visando proporcionar uma “vivência religiosa mediada pelo ambiente da mídia” (MARTINO, 2016, p. 32), definindo assim, o processo de midiaticação enquanto lugar dialógico entre o “ambiente midiático” – lugar da interação entre o indivíduo e as diversas mídias (MEYROWITZ, 1999) – e os “processos sociais”, que dizem respeito aos muitos modos pelos quais as pessoas interagem.

De acordo com a nossa compreensão, consideramos o campo como um lugar dialógico no campo da experiência religiosa. O termo “campo” é considerado pelo sociólogo Pierre Bourdieu (1980) como “um espaço composto por agentes de

interesses comuns, mas que disputam poder almejando boas posições”. “No campo religioso, os agentes são as religiões que disputam novos fiéis para suas crenças” (MARTINO, 2016, p. 49), demonstrando assim sua posição privilegiada frente aos demais agentes.

A midiatização, nesse cenário, pode ser vista como uma escolha estratégica de algumas denominações para atuar nas disputas internas do campo religioso. E interfere também nas práticas das próprias religiões: dentre as habilidades de um líder religioso, em algumas igrejas, está sua capacidade de lidar com a mídia. (MARTINO, 2016, p.51).

Podemos, então, compreender a religião midiatizada como um novo campo para a experiência religiosa, novo em relação ao campo tradicional disputado ao longo dos anos na institucionalização de cada religião. A religião midiatizada configura-se, nesta nossa investigação, como um campo no qual seus agentes são as demais religiões que estão alterando o *modus operandi* para conquistarem postos consolidados frente aos outros agentes com os quais disputam territórios.

2.2 Sobre a nova autoridade

Um problema importante apontado por Hjarvard, no que tange à midiatização da religião e a mudança de autoridade religiosa, é o fato de que a utilização das mídias tradicionais ou redes sociais impactam na maneira com que a religião se apresenta, como, de igual maneira, também influencia o relacionamento entre os seguidores que interagem entre si (HJARVARD, 2016, p. 10).

O conceito de autoridade na mídia estaria, assim, atrelado ao conceito de popularidade. A popularidade, neste caso, pode ser medida através da rede de seguidores e da quantidade de compartilhamentos de uma postagem de caráter religioso. Os estudos de Hjarvard apontam que a midiatização da sociedade e, concomitantemente, da religião, desafia a autoridade religiosa na medida em que exigirá que as autoridades institucionalizadas repensem o modo de se comunicarem (HJARVARD, 2016, p. 15).

Em tempos de sociedade e religião midiaticizadas, o repensar das autoridades eclesiais não demora a despontar, pois, em meados da década de 2000, começa a avançar nos campos da mídia a presença de padres que se tornaram celebridades midiáticas. Como exemplo, temos os padres Marcelo Rossi, Fábio de Melo, Reginaldo Manzotti, na linha mais tradicional padre Paulo Ricardo, que oferece cursos *on-line* da fé, entre outros atores religiosos presentes na mídia. Retomaremos este tema mais adiante neste capítulo.

Por agora, basta que compreendamos que estes religiosos se apropriaram de “um vocabulário próximo da linguagem de figuras midiáticas, como cantores, atores e apresentadores” (MARTINO, 2016, p. 43) em seus processos midiaticizados. As novas linguagens por eles adotadas expressam o *modus operandi* dos atores religiosos no processo de midiaticização. Há uma alteração do que Martino (2003) reconhece como *habitus* compreendido como “princípio ‘gerador e regulador’ das práticas cotidianas, definindo, em sua atuação conjunta com o contexto no qual está inserido, reações aparentemente espontâneas do sujeito” (MARTINO, 2003, p. 77).

São estas “reações espontâneas” que nos chamaram atenção para a pesquisa, reações estas que proporcionaram alterações na interação entre padre e fiel no espaço celebrativo da missa, bem como no rito e na oratória nesta celebração. Reações estas que constituem novas autoridades religiosas. Vale ressaltar que

O uso de meios de comunicação por uma instituição religiosa para transmitir uma mensagem, sem que nenhuma prática religiosa seja alterada para isso, não significa sua “midiaticização”, mas sua “mediação” (*mediation*). A midiaticização tem início no momento em que as mídias, lembra Finneman, tornam-se parte das atividades individuais e institucionais. Quando processos sociais assumem novas configurações, ganhando outras formas e contornos, aí se pode pensar em termos de midiaticização. (MARTINO, 2016, p. 37).

A partir desta compreensão de midiaticização é que nossa investigação assume o recorte do rito da celebração Eucarística, elucidado no capítulo 1, como um processo de vivência comunitária, social, que assume novas configurações na medida em que é atravessada pela midiaticização. Esta nova configuração se torna evidente quando o padre Marcelo Rossi, por exemplo, transforma a missa em um evento, conforme entende o pesquisador Péricles Moraes de Andrade Júnior (2006):

O diferencial centra-se na sua *ginástica litúrgica*, aproximando suas celebrações de um *show* de auditório, um *showmissa*. Elas são animadas por canções de fácil assimilação, semelhantes na estrutura àquelas dos programas infantis de TV. Por exemplo, em 1998, no especial de Natal transmitido pela Rede Bandeirantes, a música deu o tom da missa. Em uma hora e quarenta minutos, foram cantadas 24 canções, acompanhadas de gestos, danças e palmas. O sermão do padre durou menos de cinco minutos e foi uma exaltação ao orgulho de ser católico. Durante as canções, era comum o padre Marcelo gritar "E agora, vocês", enquanto estendia o microfone sem fio em direção ao público. As últimas canções foram acompanhadas de uma coreografia mais elaborada, que envolvia movimentos de braços, pernas e voltas. (ANDRADE JUNIOR, 2006, p. 156, *grifo do autor*).

Concomitantemente, temos como exemplo, o padre Fábio de Melo que se tornou o precursor de uma nova configuração no catolicismo, como constatou Rita de Cássia Aguiari Barbosa (2011). Sua colaboração acontece na promoção de um discurso "simples" do dia-a-dia atravessado pelos sinais de religiosidade e fé popular (BARBOSA, 2011, p. 101).

Esta popularização do discurso religioso promovida pelo padre Fábio de Melo expressa, em suas produções literárias e artísticas, o *pari passu* com o padre Marcelo Rossi. Entendemos que a simplificação do discurso instalado na mídia constitui o que Jesper Strömback e Frank Esser (2014) apontam como um dos principais aspectos da midiatização.

Percebe-se o advento desta nova autoridade religiosa marcada pelo processo de midiatização no catolicismo. Para fins de delimitação e aprofundamento de nossa investigação, optamos pelo recorte de análise, a partir de sacerdotes que estão midiatizando a experiência religiosa e, de modo específico, o padre Marcelo Rossi. A escolha do *corpus* já fora explicitada na introdução deste estudo, no entanto, faz-se importante esta informação no intuito de se compreender o que escrevemos a seguir.

Utilizando como recorte a ação litúrgica e a análise do processo de midiatização que o padre Marcelo Rossi vem provocando no catolicismo, buscamos compreender a midiatização em articulação com o espaço litúrgico, já abordado no capítulo anterior, com a realidade do ciberespaço, o *locus* da atividade midiática de Marcelo Rossi.

2.3 Miatização, espaço litúrgico e ciberespaço

O teólogo e padre jesuíta Antônio Spadaro (2012), em seu livro *Ciberteologia – pensar o Cristianismo nos tempos da rede*, encerrou a possibilidade da vivência sacramental através da realidade virtual, com a afirmação de que a vivência sacramental, para a Igreja, implica na presença física no templo. Excluí-se, assim, a experiência de um “sacramento virtual”, já testado por alguns líderes religiosos não católicos, no entanto, todas sem sucesso, de acordo com os apontamentos de Spadaro (2012).

A Igreja católica insiste sempre no fato de que é impossível e antropologicamente errado considerar a realidade virtual “capaz” de substituir a experiência real, tangível e concreta da comunidade cristã visível e histórica, e ele vale para os sacramentos e as celebrações litúrgicas. (SPADARO, 2012, p. 126).

Se por um lado se torna impossível esta vivência sacramental, por outro não se pode negar a existência de uma devoção popular que se dá através da mídia e da rede, com uma experiência *on-line*, como afirma Sbardelotto (2012). Esta experiência não é a realidade do sacramento, enquanto presença física do fiel no templo, no território, mas sim sua interação com a prática religiosa através da rede.

Para quem busca alimentar sua fé via Rede, essas práticas de fé possuem uma liturgia e uma sacralidade próprias de um ritual religioso, seja diante da tela, digitando uma mensagem para um além, clicando (com tudo o que isso implica) em um botão que nos informa “Enviar”. Todos esses protocolos - incluindo ainda a formatação gráfica dos sites para gerar uma aura de sacralidade, as imagens expostas, o local em que o usuário utiliza o serviço etc. - colaboram para pensarmos em uma ritualidade já estabelecida na Internet. (SBARDELOTTO, 2012, p. 76-77).

Esta prática do fiel em rede expressa o fenômeno da miatização presente na instituição religiosa. A presença institucional está para além de um espaço territorial, está na nuvem, *on-line*, segundo Sbardelotto (2017). Este novo espaço de interação e vivência do religioso é o que constitui um novo templo (tema já iniciado no primeiro capítulo deste trabalho), gerando um novo espaço celebrativo. Este novo espaço está em contraposição com o espaço territorial explanado no capítulo anterior.

Não dizemos aqui de um mediatizar o sacramento em si, uma vez que a vivência dele implica presença na vida comunitária, como acena Spadaro. No entanto, nos interessam aqueles que acessam a transmissão da celebração, da vivência deste sacramento. É bem verdade que não temos a intenção aqui de um trabalho tão somente teológico, que nos abriria possibilidades para discutir as dimensões de corpo místico de Cristo também na vivência da experiência em rede.

Para Spadaro, a vivência da liturgia depende do aqui e do agora para realizar o mistério de Cristo. Quando dizemos que ele encerra a possibilidade da vivência sacramental através da realidade virtual, estamos falando sobre uma compreensão de virtualidade, a partir da noção de desterritorialização que passa a ser presença virtual (SPADARO, 2012, p. 139). Dito isto, aqui não analisaremos a vivência do sacramento, mas sim em como esse processo de mediação está se apresentando na celebração da fé dos fiéis católicos apostólicos romanos.

Ao que se nota, o teólogo jesuíta Antônio Spadaro encerra sua discussão sobre liturgia, sacramentos e presença virtual abrindo a possibilidade de se constatar que não é possível à Igreja, como instituição, compreender uma realidade única e exclusivamente mediada da celebração da fé (expressa aqui na ação litúrgica do sacramento eucarístico), para tanto seria preciso um *avatar* (SPADARO, 2012, p. 127).

Para Spadaro, o *Second Life*, ao possibilitar a construção da própria imagem, de uma forma de vida, possibilitando experiências de relação através de um jogo virtual, faz com que se permita a existência de um “ego virtual”, o qual ele denomina de “avatar” a partir da concepção etimológica sânscrita que tem como significado “descida” do divino para o mundo terreno, apropriando-se disso para a realidade virtual. Ou seja, uma descida do mundo territorializado para o mundo *on-line*. É a simulação do real, imaginável na vivência do sacramento, na perspectiva do teólogo (SPADARO, 2013, p. 75-78).

No entanto, a presença virtual é compreendida pelo autor como recepção de uma realidade que lhe é transmitida. No que se refere à comunicação, esta realidade ao ser transmitida gera uma comunidade virtual. Para os fins de nossa pesquisa, neste trabalho chamamos de novo templo (como podemos aferir no primeiro

capítulo). Este novo templo se dá na presença de uma comunidade atravessada pelo processo de mediação. Comunidade esta que se configura na medida em que existe na rede.

Como definiu em sua tese doutoral o pesquisador Paulo Roque Gasparetto (2009), “Uma comunidade é sempre algo concreto que acontece dentro de uma delimitação geográfica, mas é também um processo comunicativo de negociação e produção de sentido.” (GASPARETTO, 2009, p.46).

Assim, os meios de comunicação de massa vêm gerando e formando comunidades também no ciberespaço. Este lugar virtual permite que indivíduos e grupos, embora distantes pela questão territorial, geográfica, estejam próximos a partir do seu pertencimento em uma comunidade formada na rede.

Há que se considerar o fato de que por comunidade virtual compreendemos, como definiu o pesquisador André Lemos (2010), “um grupo de pessoas que estão em relação por intermédio do ciberespaço” (LEMOS, 2010, p. 101). Ainda de acordo com a percepção de Lemos, “a tendência atual é que as organizações clássicas se tornem comunidades e redes sociais *on-line*” (LEMOS, 2010, p. 105- grifo do autor).

É nesta perspectiva que reconhecemos os atores religiosos hoje, muitos deles buscando oferecer a vivência da instituição no universo *on-line*. Dentre eles encontramos os padres midiáticos que favorecem a existência destas comunidades virtuais através de serviços religiosos prestados no ciberespaço. Serviços estes que se consolidam na rede através de “capelas e velas virtuais”. Esta ação, segundo Moisés Sbardelotto (2011), “faz com que o fiel se sinta integrado diretamente com Deus” (SBARDELOTTO, 2011, p. 175), interação esta mediada pelo sacerdote e/ou pela instituição religiosa que oferece aquilo que é próprio da vivência da fé em um templo territorializado geograficamente no novo templo do ciberespaço.

O impacto da mídia na religião pode ser múltiplo e às vezes contraditórios, mas como um todo a mídia como condutas, idiomas e ambientes são responsáveis pela mediação da religião. A mediação designa o processo através do qual os elementos centrais de uma atividade social ou cultural (por exemplo, política, ensino, religião e assim por diante) assume o formato da mídia. (HJARVARD, 2008, p. 6)⁵.

⁵ Tradução nossa para: “The media’s impact on religion may be manifold and at times contradictory, but as a whole the media as conduits, languages and environments are responsible for the mediatization of religion.

A religião assume o formato da mídia na medida em que traz para o ciberespaço as práticas religiosas. Como definiu Lúcia Santaela, “o ciberespaço é o espaço que se abre quando o usuário conecta-se com a rede” (SANTAELA, 2004, p.44). Neste lugar se compreende como um “mundo virtual global” (SANTAELA, 2004, p.40), a religião também está inserida a partir da oferta da fé no mundo virtual. Com o fenômeno da midiatização apontado por Hjarvard, os atores religiosos e as instituições se midiatizam, sendo mídia as multiplataformas digitais, pois, compartilham conteúdos, discursos e imagens. Elaboram uma concepção de vivência religiosa formada através deste processo, como novas comunidades e comunidades virtuais. Elas encontram novos pastores, aos quais denominamos, pelo processo de midiatização aqui já elucidado, novas autoridades religiosas que discursam neste novo lugar de fala propiciado pela mídia.

A partir do início do século XX, as vozes presentes na esfera política, bem como aquelas da sociedade civil – nas quais se poderiam incluir as instituições religiosas – encontraram um espaço de ressonância nos meios de comunicação, analógicos ou digitais, assumindo configurações diferentes e transformando seu alcance em termos de participação na democracia. (MARTINO, 2016, p. 90).

Nossa atenção está voltada para a ressonância da Igreja nos meios de comunicação social atuais, meios estes que se dão através de grupos de compartilhamento e proporcionam não apenas o acesso aos conteúdos da fé, mas à própria experiência religiosa, experiência esta atravessada pelo processo de midiatização.

Não temos a pretensão de criar conceitos, mas faz-se necessário esclarecer que entendemos por processo de midiatização, as tentativas de indivíduos e atores sociais, de acordo com o escopo da nossa pesquisa. Os religiosos articulam as realidades da fé, antes vivenciadas em comunidades territoriais, geograficamente localizadas nas igrejas, com as realidades que marcam o campo midiático.

Esta articulação gera o que neste estudo denominamos de o processo de midiatização da instituição, da autoridade e da prática religiosa. Esta compreensão

foi apreendida da conceituação do termo já explicitada neste capítulo. O fato é que devemos olhar para o conceito de midiatização e sua configuração como uma nova autoridade e queremos lançar um olhar para as experiências religiosas advindas da midiatização.

2.4 A experiência religiosa midiatizada

No ano de 2009, o professor Henry Jenkins lançou o seu livro *Cultura da convergência*, tendo como termo cunhando por ele a “cultura da convergência”. Ela rompia a tensão entre as velhas mídias com as novas mídias. Mais do que resolver um choque de realidade, seu pensamento visa compreender a convergência como um processo de transformação, através do qual os consumidores dos produtos oferecidos em mídia (sejam estes produtos imagens, discursos, etc....) estabeleçam conexões e trafeguem entre o velho e novo mundo dos meios de comunicação e de mídia (JENKINS, 2009, p. 30).

Ao pensar na palavra “consumidor” não podemos deixar de considerar a mídia e seu aspecto mercadológico, e como produtora de sentido, para a instituição que dela faz uso. A instituição religiosa não fica fora deste “mercado”. Considerar a fé como produto seria tema para uma outra reflexão, a qual neste momento não nos cabe dissertar. No entanto, não podemos deixar de trazer esta realidade tendo em vista que é um mercado forte no Brasil, fomentado na literatura, no cinema, no rádio, e, também, na internet.

Portanto, os programas e a literatura da mídia evangélica tornam-se os mediadores de uma comunidade de consumidores em que a vinculação religiosa já não é o que mais importa e sim uma vivência religiosa e o consumo de bens e de cultura que possibilitem aproximação com Deus e entretenimento “sadio”. Este é o apelo evangélico em tempos midiatização da religião. (CUNHA, 2016, p. 11).

A pesquisadora Magali Nascimento Cunha (2016) traz esta abordagem da experiência religiosa midiatizada associada ao conceito mercadológico em seu artigo *Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais*. Em seu texto, trazendo uma

abordagem das instituições religiosas denominadas neopentecostais, ou evangélicas, que, no entanto, nos possibilita um olhar para a Igreja Católica Apostólica Romana, *locus* deste estudo. Podemos notar que o processo de midiaticização atinge os mesmos fins, uma vez que, segundo as pesquisas de Cunha, torna-se característico deste processo de midiaticização entre as igrejas a propagação da fé através dos discursos religiosos proferidos e a presença dos atores religiosos na mídia, que se dá como estratégia de visibilidade institucional, além da criação de um mercado religioso que vende seus produtos aos fiéis consumidores (CUNHA, 2009, p. 6).

É nesta perspectiva que a cultura da convergência vai compreender o consumo como um "processo coletivo" gerador de força e poder. No que se refere às questões midiáticas, "a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros" (JENKINS, 2009, p. 30).

Estas interações acontecem nas plataformas midiáticas, epicentro do mercado religioso, lugar onde disputam religiões neopentecostais na oferta e venda de inúmeros produtos da fé, considerando também como produtos seus discursos que favorecem o acesso à instituição religiosa.

No levantamento bibliográfico para elaboração deste estudo, nos deparamos com inúmeros trabalhos, como os já citados, de pesquisadores como Gomes (2010) e Hjarvard (2017). Notamos uma leitura do avanço da religião na mídia a partir das instituições religiosas pentecostais e neopentecostais, talvez pelo fato de que, como já apontamos anteriormente, elas tenham nascido precisamente nesta era midiática.

Entretanto, o que o trabalho de André Ricardo Souza traz de novo, ao menos para o campo da discussão de mídia religiosa no Brasil, é o fato de que o catolicismo também precisou disputar mercado. Esta defensiva por parte da igreja romana se deu, no Brasil, de acordo com o pesquisador André Ricardo de Souza (2007), através do advento do movimento denominado Renovação Carismática Católica (RCC). Movimento este composto por leigos, tendo como diretores espirituais e orientadores os bispos e padres, com raízes na ação de pentecostes narrada no

segundo capítulo de Atos dos Apóstolos, livro da Bíblia. Segundo Souza, "O neopentecostalismo trouxe várias inovações ao espectro religioso brasileiro: a inserção na mídia televisiva, a explícita prática político-partidária, a organização racional da igreja aos moldes de empresa". (SOUZA, 2007, p. 160).

Há que se considerar que parte destas inovações é o modo de evangelizar, que culminou no processo de midiaticização no catolicismo a partir de seus atores religiosos inseridos nos meios de comunicação social, nas plataformas de mídia como *instagram*, *facebook*, *youtube*, além de blogs e sites.

A RCC favoreceu a visibilidade da Igreja quando aplicou um novo modo de se comunicar e de transmitir a mensagem religiosa. Espelhando-se na ação das igrejas evangélicas, inseriu nos seus cultos e pregações recursos midiáticos através da música e da dança (SOUZA, 2005, p. 29). Das posturas diante dos meios de comunicação, a que mais se destaca é a de potencializar os seus próprios meios de comunicação diante do pluralismo cultural e religioso, de modo específico frente às igrejas pentecostais. De acordo com Souza (2008), as ações midiáticas eram protagonizadas por clérigos e leigos vinculados ao movimento da RCC (SOUZA, 2008, não paginado). Sua leitura, no ano de 2005, era enfática:

A Renovação Carismática Católica é sem dúvida o movimento eleito pela igreja como trunfo para reavivar o catolicismo no Brasil. Este movimento tem sido efetivamente abraçado como projeto principal em muitas dioceses do país. Antes, nas décadas de 1970 e 80, a Renovação enfrentava resistências do clero conservador e clericalista, bem como da ala progressista afinada com a Teologia da Libertação [...] O movimento carismático hoje apresenta diversas facetas e tendências, ora enfatizando um aspecto, ora outro. (SOUZA, 2005, p. 31).

Se outrora o projeto do movimento carismático se fazia presente nas realidades eclesiais como as paróquias e dioceses pelo Brasil, hoje podemos dizer que ele se faz presente nestas realidades virtuais, chegando à casa das pessoas através dos smartphones e computadores, através do compartilhamento de informação e conteúdo religioso por meio do relacionamento em rede.

Destes meios, ganha destaque para Henry Jenkins o *Youtube*. Na sua perspectiva, a plataforma possibilita três níveis de participação: a produção, a seleção e a distribuição. São atividades presentes nos demais espaços de mídia

digital. No entanto, segundo Henry, “o YouTube foi o primeiro a unir essas três funções numa única plataforma e a direcionar tanta atenção ao papel das pessoas comum nesta paisagem transformada das mídias” (JENKINS, 2008, p. 349).

Especificamente, cada nível compreende: Primeiro, a produção – de acordo com o teórico da “cultura da convergência”, a plataforma possibilita a reunião de inúmeras realidades alternativas produzindo mídia de maneira independente. O *YouTube* se tornou um lugar que não apenas armazena conteúdos e os compartilha, mas, também, é o lugar no qual se “estimula novas atividades de expressão” (JENKINS, 2008, p.348).

Depois, o *Youtube* como seleção, entendido como um “arquivo de mídia”, onde colecionadores, fãs, consumidores do mercado digital fazem uso desta plataforma para encontrarem conteúdos importantes que possibilitam a cada um ter o sentimento de que “todo mundo tem a capacidade de congelar um momento do ‘fluxo’ das mídias de massa para tentar concentrar a atenção no que acabou de acontecer” (JENKINS, 2008, p. 349).

Por último, a participação no *YouTube* como distribuição. Compreendido como uma “mídia espalhável”, o *YouTube* viabiliza uma relação com outras redes sociais, seu conteúdo está em outras plataformas de modo que a mensagem é recolocada para outros públicos que acabam por distribuir o conteúdo desta plataforma.

O *YouTube* se torna importante neste estudo uma vez que nosso material de pesquisa acontece nesta rede de produção, seleção e compartilhamento. Resgatando o termo de Henry Jenkins podemos dizer que a ação dos atores religiosos no campo na plataforma do *YouTube* gerou “novas atividades de expressão”, de modo específico, um novo modo de se expressar a fé.

É bem verdade que não apenas o *YouTube* causou este impacto transformador na fé. Há tempos, estudos como o do teólogo Antonio Spadaro (2013) e da teóloga Joana Puntel (2005) acenam para a presença da expressão da fé no campo midiático de modo específico, sendo esta ação realizada no que Tim O'Reilly (2007) denominou como “Web 2.0”. A prática de atores religiosos nas mídias

também se nota há tempos, em que estes buscam configurar e articular as práticas da fé com as lógicas das mídias.

No âmbito da televisão, por exemplo, já relatamos a experiência da Santa Missa como um programa presente nas grades de programação, protagonizada por padres diversos. Dentre eles, os que ganharam destaque no mundo midiático foram os padres Marcelo Rossi, Robson de Oliveira, Fábio de Melo, entre outros. Essa presença dos padres não se limitou apenas na presidência da missa, mas, também, realizando bênçãos através dos meios de comunicação.

Padre Robson de Oliveira é missionário redentorista e fundador da Associação Filhos do Pai Eterno (Afipe). No início de sua carreira na televisão, através do programa "Novena do Divino Pai Eterno", que até hoje vai ao ar diariamente pela TV Pai Eterno, pedia aos fiéis telespectadores que colocassem um copo com água para que se pudesse fazer a oração de bênção. Não raro nos argumentos das pessoas que acompanham a programação, se ouve o relato de que não podem mais ir à Igreja, mas que a igreja vai até elas, que a igreja "está dentro de casa".

O processo de midiatização da experiência religiosa começa a ganhar espaço também entre os fiéis leigos. Se por um lado os padres midiatizam celebrações e bênçãos, por outro os leigos midiatizam a ação pastoral como, por exemplo, a catequese. Como um exemplo disto, temos o professor Felipe Aquino, apresentador do programa "Escola da Fé" na TV Canção Nova. Com programa semanal, faz no ar estudos sobre a doutrina da fé, mesclando com sua posição e visão acerca de fatos atuais. Blogs e comunidades criadas nas redes sociais também se tornaram espaço para este processo de midiatização por parte dos leigos.

Nestas redes de compartilhamento se notam as tensões entre setores internos da instituição religiosa, cada qual oferecendo na rede o conteúdo da fé, sendo artistas, mas, ao mesmo tempo, catequistas, padres e fiéis.

A primeira sessão deste capítulo já acenava para a experiência religiosa promovida pelo padre Marcelo Rossi, e desejamos retomar esta reflexão que, de certo modo, nos introduzirá no capítulo a seguir. Sacerdote católico desde 1994, Marcelo Rossi sempre se fez presente nos meios de comunicação, elaborando o que

aqui consideramos de processo de midiaticização no catolicismo. Diferentemente de outros padres midiáticos, como Padre Zezinho, cantor e compositor de renome no mercado religioso, Rossi traz em si não apenas a oferta de um produto, mas sim faz a oferta da fé.

A primeira estratégia de evangelização do padre Marcelo Rossi foram as "missas de libertação". O sucesso dessas celebrações foi fundamental na visibilidade midiática alcançada, à medida que seu carisma foi se instituindo. Suas "missas de libertação" poderiam torná-lo um padre entre os milhares que fazem celebrações orientadas pela Renovação Carismática. Entretanto, seu porte atlético, promessas de cura milagrosa e adoção de estratégias próximas dos pastores neopentecostais, como curas e orações, deram-lhe visibilidade. (ANDRADE JUNIOR, 2006, p. 94, *grifo do autor*).

Esta celebração denominada missa de libertação, além de aspectos semelhantes aos dos pastores neopentecostais em seus cultos, já trazia características de um evento produzido para emocionar e tocar as pessoas, o que levou o pesquisador Andrade Junior caracterizar, em sua tese doutoral, o padre Marcelo Rossi como um "artista da fé".

Outro pesquisador, com estudos voltados para o padre Marcelo Rossi, o sociólogo André Ricardo de Souza, assim caracteriza as missas do sacerdote:

As missas do padre Marcelo Rossi ganharam considerável popularidade, chamando a atenção da mídia, até de grandes redes de televisão. Outros padres cantores e comunicadores passaram também a receber sobre si os holofotes midiáticos (SOUZA, 2005, p. 46).

Em nossa análise, essas missas ganham uma particularidade. Não falamos apenas de utilização de recursos de mídia, não se refere, apenas e tão somente, ao poder de aparecer na mídia, mas, especificamente, o que o fez aparecer em rede nacional realizando aquilo que é próprio de uma instituição, relativamente fechada e de interesse para os seus. Retomamos aqui o pensamento do sociólogo Niklas Luhmann (2005), já citado no início desta reflexão, para estabelecer uma compreensão acerca do que ganha popularidade na mídia a partir das notícias e reportagens veiculadas nos meios de comunicação.

Os meios de comunicação interessam-se por aquilo que é verdadeiro só sob condições fortemente restritivas, condições que se distinguem claramente daquelas da pesquisa científica. O problema, por tanto, não está na verdade, mas na seletividade, que é inevitável, mas também desejada e regulamentada (LUHMANN, 2005, p. 56).

A autenticidade da ação do padre Marcelo Rossi possibilitou ganhar espaço na mídia e nos meios de comunicação. Como afirmou Souza (2005), “padre Marcelo encarna a figura do bom moço que deixou os prazeres da vida secular para dedicar-se ao sacerdócio e ao celibato e para muitos ‘está trazendo os católicos de volta” (SOUZA, 2005, p. 39, *grifo do autor*).

2.5 Meios de comunicação e notícias

Há fatos e situações que forçam os meios de comunicação a noticiarem certas realidades. Queremos gerar esta conexão entre o pensamento de Luhmann acerca do valor para a notícia com aquilo que queremos apresentar como processo de mediação no catolicismo, a partir da análise que realizaremos no terceiro capítulo deste trabalho.

Luhmann amplia os horizontes epistemológicos sobre linguagem midiática quando trata a seleção realizada pela mídia ao apresentar o que chamamos de critérios para se considerar uma notícia aceitável.

O princípio da seleção então parece ser aquele segundo o qual as exigências – relativas às metas dos meios de comunicação- sejam *reforçadas*, quer dizer, que mais atenção seja dada para que a informação se torne mais compreensível para um círculo de receptores o mais amplo possível. Por “seleção”, aliás, não se deve entender aqui a liberdade de escolha. O conceito refere-se ao sistema de funcionamento dos meios de comunicação, e não aos seus departamentos individuais (às redações), cuja liberdade de decisão na escolha de notícias que veiculam é muito menor do que os críticos em geral supõem (LUHMANN, 2005, p. 57 – *grifos do autor*).

Para Luhmann há dez seletores que dão valor à notícia, tornando-a importante para ser veiculada nos meios de comunicação. Aplicamos estes vetores em uma tabela para melhor verificação de seus dados e compreensão de seu conteúdo. Vale elucidar que assim justifica o autor para o uso da terminologia seletores:

[...] um novo vocabulário em teoria dos sistemas e teoria da evolução fala também de “atratores”, para se referir a condições estruturais nas quais operações determinadas exercem atração. Para evitar mal-entendidos teleológicos, permanecemos com “seletores”. (LUHMANN, 2005, p.57).

Quadro 1 - Seletores⁶

1. A novidade na informação	São acontecimentos únicos que ganham espaços nos meios de comunicação pela sua característica particular.
2. A importância dos conflitos	Geram a incerteza, a tensão; realizam um jogo com os opostos e extremos que se conflitam.
3. A quantidade	Os grandes números dão peso na informação além de produzirem a ação comparativa.
4. A relevância local	O fato a ser noticiado não está dissociado de uma realidade local, este ganha repercussão na medida em que o lugar manifesta fenômenos que o distingue dos demais.
5. Transgressões à norma	Ligado a escândalos, diz respeito às transgressões morais e provocam o sentimento de que atinge e fere a todos.
6. A moralidade	Os meios de comunicação noticiam aquilo que lhes possibilitará cumprir com seu papel de colaborar na manutenção da ordem social.
7. Ações e pessoas	Há uma pessoa a agir de maneira a ser considerada um bom ou mau exemplo,

⁶ A tabela é um recorte do que encontramos no livro *A realidade dos meios de comunicação*, de Niklas Luhmann (2005), nas páginas de 57 à 69. Optamos por assim fazê-la para uma melhor compreensão dos seletores.

	ganharam espaço midiático na medida em que correspondem com importância do fato.
8. Atualidade	Diz respeito ao que é significativo para o momento, uma vez que as notícias dadas já são fatos acontecidos.
9. Manifestação de opiniões	A escuta das pessoas que auxilia o meio de comunicação a atingir seus objetivos de dialogar com o seu receptor.
10. Emergência de novos seletores	Novos seletores emergem dos meios de comunicação na medida em que as redações dos jornais necessitam se apropriar da informação

Fonte: Luhmann (2005, p.57-69)

Estes seletores de notícias serão importantes para nós na elaboração de nossa análise no próximo capítulo. Eles, de maneira codificada, se apresentam como uma estrutura daquilo que chamamos de “lógica da notícia”. É o que possibilita a notícia estar em evidência nos meios de comunicação. É bem verdade que Luhmann está refletindo no âmbito de redação de jornal e veículos de comunicação, no entanto, ao trazermos esta lógica para o campo midiático, percebemos que ela nos possibilita abrir uma clareira em meio às incertezas de uma estrutura fixa para o que Hjarvard denomina “lógicas da mídia”, como abordado anteriormente.

Não tendo as lógicas da mídia uma estrutura fixa, queremos nos apropriar das lógicas da notícia para nortear nossa reflexão. Há que se considerar que o padre Marcelo Rossi foi notícia para depois ser midiático, mas queremos estabelecer uma relação com o ser artista e com o produto de quem passou pelo processo. O processo o fez artista, em nossa hipótese. Neste momento, no caminho para a fama, ele, padre Marcelo, não apenas contou com o seu dom, mas, também, apropriou-se das lógicas midiáticas estabelecidas por ele, lógicas nas quais reconhecemos,

também o que dá valor à notícia, para realizar o processo de mediação no catolicismo.

3 MUDANÇA DE AUTORIDADE: AS MISSAS DE MARCELO ROSSI

Este capítulo apresenta um estudo de caso com base metodológica na Análise Textual Discursiva, analisando as missas de padre Marcelo Rossi celebradas na Quaresma de 2019. Serão utilizadas obras de autores referenciais no estudo de padres no Brasil, como os trabalhos Péricles Moraes de Andrade Júnior (2006) e André Ricardo Souza (2005), além de Renold Blank (2006) e Nicklas Luhmann (2005).

A terceira parte deste estudo está dividida em três seções e subseções, a saber: 3.1 Padre Marcelo Rossi na rede, onde traçamos um breve panorama de sua atuação nos meios de comunicação digital; 3.1.1 Padre Marcelo e sua atuação no Youtube, subseção da primeira parte deste trabalho já com vistas da delimitação do corpus de pesquisa; 3.1.2 Delimitação e corpus de pesquisa, no qual não optamos por trazer como seção este título para demonstrar o caminho percorrido para chegarmos à configuração de nossa análise. Assim, apresentamos as missas da Quaresma de 2019 analisadas em nosso estudo.

Na segunda seção, intitulada 3.2 Fiel: de protagonista a seguidor- uma análise textual discursiva sobre as missas de padre Marcelo Rossi, elaboramos nossa análise acerca dos excertos apresentados na seção anterior; para auxílio na elaboração de sentido dos textos, apresentamos a subseção 3.2.1 Quem são os leigos para Renold Blank; A última sessão: 3.3 O espetáculo religioso, seguimos na análise acerca das unidades de análise apresentadas na primeira seção, com ênfase na missa como um espetáculo religioso; 3.3.1 Processos de midiatização: Padre Marcelo e seu caráter operacional nas missas da quaresma, é uma subseção dedicada a introduzir os seletores de Nicklas Luhmann em relação à prática do padre Marcelo Rossi nas celebrações, análise esta que constitui a subseção 3.3.2 Os seletores de Luhmann e a lógica da midiatização de Padre Marcelo Rossi.

3.1 Padre Marcelo Rossi na rede

Os trabalhos de pesquisa de Rosimeire Gonçalves da Silva (2015), Péricles Moraes de Andrade Júnior (2006) e André Ricardo Souza (2005) trazem um histórico de vida e ligação do padre Marcelo Rossi no que tange à sua relação com o movimento da Renovação Carismática Católica e suas implicações no aspecto antropológico e social. Nosso propósito nesta seção é apresentar os perfis de Marcelo Rossi nas redes sociais chegando ao recorte deste trabalho, que é seu empenho evangelizador através do Youtube.

Faz-se necessário saber que, atualmente, de acordo com dados conferidos em 12 de dezembro de 2019, o padre Marcelo possui uma atuação em cinco plataformas digitais, sendo elas: *Instagram*; *Twitter*; *Facebook*, site e seu canal no *Youtube*. Para uma melhor compreensão, apresentamos uma tabela com as plataformas nas quais o padre se faz presente com o número de seguidores e a quantidade de visualizações.

Tabela 1 – Plataformas digitais

Plataforma	Seguidores	Visualizações
<i>Instagram</i>	3.363.532	_____
<i>Twitter</i>	673.565	_____
<i>Facebook</i>	5.517.534	_____
<i>Youtube</i>	1.012.000 aproximadamente	380.484.272
Site	_____	_____

Fonte: Autor (2019)

Na Tabela 1, os traços referem-se aos números aos quais não tivemos acesso. Além destas redes sociais e destes canais de comunicação, o padre Marcelo Rossi possui seu conteúdo musical veiculado nos aplicativos para *Android* e *IOS*, sendo eles: *Spotify*, *deezer* e *music*.

Das plataformas mencionadas, destacamos o canal no *Youtube*, pemarcelorossioficial, que possui 380.484.272 visualizações e conta com mais de

um milhão e doze mil inscritos. No dia 06 de março de 2019, ganhou uma característica ímpar no que tange à evangelização através do *Youtube*. Esta data marcou o início do tempo litúrgico da Quaresma no ano de 2019. A Quaresma é compreendida por um período de oração, jejum e penitência, que prepara cada cristão para a celebração da Páscoa, festa maior no Cristianismo, em que se comemora a ressurreição de Jesus. É um tempo marcado pela reflexão da caminhada do Povo de Deus nos 40 anos no deserto e nos 40 dias em que Jesus esteve em jejum e oração, depois de ser batizado no Rio Jordão. E aqui nos questionamos: onde se conectam: padre Marcelo Rossi, seu canal no *Youtube* e este tempo de oração da Igreja Católica? Justamente na oferta da fé através das redes sociais, mais especificamente, do *Youtube*, realizada por ele. E no dia 6 de março de 2019, abrindo a Quaresma, o padre optou por realizar algo inovador.

3.1.1 Padre Marcelo e sua atuação no Youtube

Tendo como objetivo “evangelizar através do *Youtube*”, o padre escolheu a Quaresma para incorporar a prática da fé em transmissões que realizou pela plataforma digital. De dois modos ele caracterizou a ação: 1- realizando a transmissão diária de adoração eucarística; e 2- transmitindo missas do tempo da Quaresma e da Semana Santa de 2019 pelo *Youtube*.

Em seu canal não se encontram apenas conteúdos de adoração eucarística e missas. Estão ali músicas gravadas com artistas renomados no cenário brasileiro. Além de participações de padres midiáticos, há também cantores populares, como Gustavo Lima.

Sua ação mais ativa na plataforma digital se inicia com “Coração aberto”, título dado ao momento diário em que padre Marcelo Rossi liga a câmera de seu celular e começa a transmitir pelo *Youtube* um momento de adoração, oração, reflexão e prece. No tempo máximo de 15 minutos, o padre realiza orações por pessoas e situações. Estas súplicas são intercaladas com o apelo para que as pessoas possam compartilhar e seguir seu canal. Tudo no intuito de atingir mais pessoas e, desta maneira, evangelizar através do *Youtube*.

A ideia iniciou-se na Quaresma de 2019 e se estendeu até a atualidade, proporcionando novas interações, como as bênçãos da água pelo rádio e/ou televisão, em que se pedia para colocar um copo com água próximo ao aparelho eletroeletrônico ou nas *lives*, realizadas pelo padre Marcelo. Com o ostensório nas mãos, o sacerdote pede que as pessoas se ajoelhem para receber a bênção. Esta prática faz parte do ritual para a bênção com o Santíssimo e agora as pessoas, em suas casas e ambientes de trabalho, podem fazê-la da mesma forma, assistindo através de uma plataforma digital. Como se pode observar na Figura 1, o comentário de “Rosalina Marra” que, interagindo com o padre, responde a ele já estar de joelhos para receber a bênção.

Figura 1 - Adoração na *live*

The image shows a screenshot of a YouTube live stream. The main video frame displays Padre Marcelo Rossi in white vestments, holding a monstrance. Below the video, the title 'CORAZÃO ABERTO' and the date '06 de Março de 2019' are visible, along with statistics: 12,564 visualizações, 1,7 MIL likes, and 11 comentários. The channel name 'Pe Marcelo Rossi' and subscriber count '1,11 mi de inscritos' are also present. On the right side, a list of comments is shown, including one from 'ROSALINA MARRA' stating 'JÁ ESTOU DE JOELHOS'.

Fonte: ROSSI (2019)

O momento de oração acontece dentro da capela particular do padre Marcelo Rossi e ele mesmo aciona o celular para transmissão e a encerra. Sempre finalizando com a bênção, pedido para que as pessoas se ajoelhem. A experiência da adoração ao vivo ganhou destaque pela sua aprovação, segundo o padre, total pelos internautas; e por isso é uma prática que se seguiu após a Quaresma.

Eu faço um convite, as sete horas da manhã, ao vivo. Eu estou no youtube, é youtube.com/pemarcelrossioficial e eu tô compartilhando com vocês o momento final da minha adoração. E aí eu posso dar a bênção do Santíssimo. Quem puder acompanhar é, foi, uma experiência que eu fiz, só

é, fiz o teste, fiz a pergunta ao longo desta semana e a aprovação foi total, 100%. Não só na Quaresma e Páscoa, nós teremos todos os dias de segunda a sábado as sete da manhã, ao vivo, o coração aberto, amém? e uma salva de palmas a Jesus... quem puder acompanhar e receber todos os dias a benção do Santíssimo. [...] (ROSSI, 2019)

Se uma das características é o momento “coração aberto”, a transmissão da missa no tempo da Quaresma de 2019 marcou seu modo de evangelizar através do *Youtube*. A transmissão da missa continuou após a Quaresma, no entanto de maneira esporádica.

3.1.2 Delimitação e corpus de pesquisa

Como proposta para a Quaresma, padre Marcelo Rossi desejou “levar Jesus” através do *Youtube*. Por isso, apenas no período da Quaresma de 2019 ele transmitiu as missas ao vivo pelo *Youtube* e, simultaneamente, em seu site. Ao consultar seu canal, notam-se outras missas, mas que foram postadas na plataforma posteriormente ao dia em que foram celebradas. A novidade, nestas missas da Quaresma e da semana santa de 2019, são as transmissões ao vivo que possibilitam aos fiéis um acesso direto ao que se está celebrando.

Neste período ele presidiu e transmitiu 13 missas, datadas de 7 de março a 19 de abril de 2019. Nesta perspectiva, definimos e delimitamos nosso corpus de pesquisa para aprofundamentos no que tange ao surgimento de novas autoridades religiosas a partir do processo de midiaticização na instituição.

TABELA 2 - Missas

Missas	Visualizações ⁷
07/03/2019	10.244
09/03/2019	7.698
10/03/2019	5.899

⁷ As visualizações foram consultadas no dia 16 de dezembro de 2019

14/03/2019	19.398
17/03/2019	13.937
24/03/2019	31.831
28/03/2019	48.689
07/04/2019	31.791
14/04/2019	43.366
18/04/2019	39.348
19/04/2019	18.561
20/04/2019	24.177
21/04/2019	49.509
Total	344.448

Fonte: Autor (2019)

Para fins de análise dos discursos ali proferidos, nos apropriamos da metodologia já apresentada neste trabalho, a Análise Textual Discursiva, com a intenção de aferir o que os textos nos demonstravam.

Os seletores de Luhmann se tornaram o critério epistemológico para compreensão do fenômeno da midiatização na instituição promovida pelo padre Marcelo Rossi. Por critério, falamos da ligação que desejamos estabelecer entre os seletores e as características desta nova autoridade religiosa emergente do processo de midiatização na Igreja.

Posteriormente, separaremos estes discursos em unidades de análise categorizadas como: a) seguidores e b) *showman*. A seguir, apresentaremos a tabela “unidades de análise” contendo os excertos que iremos analisar. A tabela é composta por duas colunas; dentro de cada campo encontra-se a data de cada missa; os textos são trechos da homilia, da saudação inicial, momento penitencial, momento de oração espontânea. Para uma melhor leitura deixamos em cada quadro da tabela a data da missa analisada e os excertos selecionados.

Quadro 2 - Unidades de análise

Seguidores	Showman
<p>10/03</p> <p>[...] e agora quem está pela internet, e agora pelo <i>youtube</i> uma salva de palmas também. [...] quem acorda antes das seis da manhã? então se você puder acompanhar das 5 às seis da manhã eu estou na nova rádio globo. Então eu estou falando com o Brasil todo, em São Paulo é 94.1 muitas vezes e vários lugares a fim de São Paulo não pega bem, tá? é, ou, ai fica a sugestão... quem acorda depois das seis então? tem um aplicativo seja na globo, ou se você entra no meu próprio site www.padremarcelorossi vai lá acompanha essa semana. [...] (ROSSI, 2019c)</p>	<p>07/03</p> <p>[...] Música... Padre Marcelo Rossi... “repita Você... Eu adorarei...”</p> <p>[...] Com a nossa mão direita, quem é destro, com o polegar, vamos lá... Pelo sinal da Santa Cruz, livra-nos Deus nosso Senhor.... [...]</p> <p>[...] Quem acha que tá chovendo muito em São Paulo levanta a mão... <i>Povo levanta...</i> (prossigue o padre) e vai chover mais, de benção [...](ROSSI, 2019a)</p>
<p>14/03</p> <p>[...] A você que está nos acompanhando, são seis horas e, agora 59 minutos, agora 19 horas. Ao vivo... no nosso canal no youtube ao longo desta quaresma, bem-vindos, se inscrevam, de um like, gostou? Erga sua mão [...] (ROSSI, 2019d)</p>	<p>10/03</p> <p>[...] O que eu mais peço? Eu quero compartilhar com vocês, cada vez mais, amar Jesus e ter uma intimidade com ele. E assim como eu quero pra mim, eu quero mil vezes mais pra vocês, amém? – <i>Segue resposta do povo mais uma salva de palmas</i> [...]</p>

	<p>[...] Eu só não vou me ajoelhar aqui por que eu to na pessoa de Jesus, mas é que se for possível, você puder se ajoelhar agora, por que ? Na Santa Missa há uma absolvição toda especial – <i>Pessoas se ajoelham</i> [...](ROSSI, 2019c)</p>
<p>17/03</p> <p>[...]Quem acorda antes das seis? Você pode nos acompanhar pela rádio Globo, pela Nova rádio Globo, que estou fazendo ao vivo, das cinco às seis da manhã, compartilhando com vocês a minha oração, mas ao mesmo tempo eu tenho um outro convite. Quem tem acesso a internet levante a mão ? É o coração aberto da quaresma eu to fazendo, porque acabô o programa e vou direto pra capela e rezo ou se dá tempo eu celebro uma missa, Bem eu sei que estou em adoração, sete horas em ponto tá, eu estou fazendo o coração aberto pelo Youtube tá. Mesmo quem tem outros. o twitter @padremarcelorossi, dá uma acompanhada vale a pena, você que está no youtube então amanhã às sete horas e quem te mãe por favor levante a mão. [...](ROSSI, 2019e)</p>	<p>14/03</p> <p>[...] <i>Povo cantando uma música: Tu és tão lindo... Padre entra... E, eu navegarei, juntos... Começa a banda e o povo batendo palma cantando...</i> [...]</p> <p>[...] Presta atenção antes de se levantar, de repente pode ser que hoje o senhor, lembra que ele vai falar no Evangelho que estive nu, estive doente e você não me visitou, mas quando senhor? Ao menorzinho foi a mim... então não se esqueça que pode estar... você hoje está disfarçado... pode ser o próprio Jesus, amém? <i>Todos respondem ... Então levante essa pessoa sorrindo a ela, amém? E somos mesmo instrumento do outro Cristo por</i></p>

	<p>isso, <i>lava purifica e restaura-me de novo (segue música)</i> [...] (ROSSI, 2019d)</p>
<p>28/03</p> <p>[...] Uma salva de palmas para que está na internet, e numa experiência nova no nosso canal no youtube, uma salva de palmas especial. Eu to aprendendo a linguagem [...] Eu tenho usado as redes sociais, o face, instagram é tenho usado o twitter, só faltava o youtube, então é, desculpa, joinha não dá. Eu não consigo, eles falam, mas eu não consigo, em inglês é like. Então falo “da um like” por que é importante com o coração aberto levar jesus Eucarístico através do youtube tem sido uma benção, uma salva de palmas e a santa missa. Na quaresma está sendo uma experiência, o canal não é meu, é nosso! [...] (ROSSI, 2019g)</p>	<p>24/03</p> <p>[...] E com o rei Davi, <i>Senhor quem entrará no Santuário pra te louvar – Segue música com a banda e o povo</i> [...] <i>No término da missa o Padre pede pra banda silenciar e diz ao povo “Vocês” e o povo finaliza a música</i></p> <p>[...] Uma curiosidade que eu estava vendo ali de cima... quem está vindo pela primeira vez levante a mão... bem vindos, sejam bem vindos... <i>palmas</i> [...] Quem está lá fora uma salva de palmas [...] <i>palmas</i></p> <p>[...] E professando a fé... <i>Deus é Pai (segue com música)</i> (ROSSI, 2019f)</p>
<p>07/04</p> <p>[...] Só lembrando, amanhã... você que está no nosso canal no youtube é às sete da manhã compartilhando a adoração e às cinco da manhã o momento de fé ao vivo e hoje... o Dunga vai ficar fazendo a dedicatória do livro [...] (ROSSI, 2019h)</p>	<p>28/04</p> <p>[...] Abra suas mãos... juntos, é assim... oÔo... olha as mãos pra cima... oÔo... mais uma vez, de novo... oÔo... não para... é fácil... oÔo... até pegar,</p>

	<p>de novo... [...]</p> <p>[...] Ninguém é obrigado, mas vocês sabem do poder desse momento, dentro da liturgia da santa missa [...](ROSSI, 2019g)</p>
<p>19/04 (Celebração da Paixão)</p> <p>[...] E você que está nos acompanhando pelo youtube, uma sugestão, ligue pra alguém, vale a pena, eles fizeram com tanto carinho, vamos acompanhar.</p> <p>[...] Lembrando que tem várias pessoas nos acompanhando pelo youtube, então acompanha com todo o carinho [...]</p> <p>[...] E quem não pode acompanhar direito... depois vai ficar no youtube, pega e acompanha que realmente ficou maravilhoso, mais uma vez uma salva de palmas aos jovens. [...](ROSSI, 2019j)</p>	<p>07/04</p> <p><i>Músicos começam a cantar uma música, na entrada do padre, ele se engasga e prossegue [...] as mur... a igreja... coloque a mão no coração... a Igreja fortalecer (Músicos cantam a frase certa, padre entra e fala) Só um pouquinho, isso... coloque a mão no coração agora e diga “Jesus eu estou aqui por que eu te amo” (Povo repete a frase) eu queria cantar essa música e o senhor fala... por isso que eu não to conseguindo, Ele (Jesus) quer uma outra música... Yeshua (banda já entra com a música)</i></p> <p>[...] Que dia é hoje? O dia que o senhor me tocou (responde o povo) ...Isso, que dia é hoje? O dia que o senhor me tocou (responde novamente</p>

	<i>a pergunta do padre)</i> (ROSSI, 2019h)
<p>20/04 (Vigília Pascal)</p> <p>[...] Eu faço um convite, as sete horas da manhã, ao vivo eu estou no youtube, é youtube.com/pemarcelorossioficial e eu to compartilhando com vocês o momento final da minha adoração e ai eu posso dar a benção do santíssimo quem puder acompanhar é foi uma experiência que eu fiz, só é, fiz o teste, fiz a pergunta ao longo desta semana e a aprovação foi total, 100%, não só na quaresma e páscoa, nós teremos todos os dias de segunda a sábado as sete da manhã, ao vivo, o coração aberto, amém? e uma salva de palmas a Jesus... quem puder acompanhar e receber todos os dias a benção do Santíssimo. [...](ROSSI, 2019l)</p>	<p>21/04</p> <p>[...] Quem tem celular, deixe que o próprio Jesus abençoe com a benção do Santíssimo [...] Com exceção do celular, qualquer outro objeto erga agora, mulheres as pequenas bolsas ergam-nas [...](ROSSI, 2019m).</p>
<p>21/04 (Domingo de Páscoa)</p> <p>[...] e erga agora as suas mãos, aquele que é destro, deixe o celular na mão esquerda e acolha, seja aqui no santuário e aquele que está pelo youtube a benção maior do universo [...] Obrigado senhor por tantas curas, porque poder começar o dia às sete da manhã e lembrando que se você não pode acompanhar ao vivo vai ficar lá gravado e ai você pode pegar outro horário, o Deus eterno presente, passado e futuro ele se encontra [...] Obrigado Jesus, domingo é o único dia que não dou essa benção por que eu estou</p>	<p>14/04</p> <p>[...] Qual é o seu nome de batismo? Então iniciamos hoje uma semana que é a semana Santa... a santa semana, e... profeticamente, eu já profetizo... nossa vida não será mais a mesma até domingo que vem, amém? Seremos todos transformados em bençãos....</p>

<p>aqui... então as sete da manhã, mais uma vez esse convite, quem puder ao vivo... ao vivo é ao vivo né, mas se não puder mais tarde, obrigado senhor, mais uma vez é youtube.com/pemarcelorossioficial, pôs isso e as sete da manhã... e se inscreva por que vai ser notificado se avisado to ao vivo, tem a notificação, o sininho, e aqueles que puderem por favor, o like significa que você tá gostando e isso é importante, like em inglês é gostar e use cada vez mais a palavra de Deus e a benção do santíssimo maior do universo. [...] (ROSSI, 2019m).</p>	<p>[...] Quem aqui está passando por algum problema levante a mão? Eu vo até na frente... quem passa por algum problema levante a mão? até o pé... Quem aqui não levante a mão... sua vida tá um mar de rosas... preste atenção... você não ta servindo a ele. repito, quem está passando alguma dificuldade problema, levante a mão? Você, nós estamos servindo a Jesus... isso é palavra do próprio Cristo... [...] (ROSSI, 2019i).</p>
--	--

Fonte: Autor (2019)

Elaboramos sentido aos textos a partir de validações teóricas e empíricas, tendo como aporte teórico a tabela Valores de Notícia, apresentada no capítulo anterior, juntamente com a fundamentação acerca do processo de midiatização já explicitado neste estudo.

3.2 Fiel: de protagonista a seguidor – uma análise textual das missas do padre Marcelo Rossi

A você que está nos acompanhando, são seis horas e, agora, 59 minutos, agora 19 horas. Ao vivo... no nosso canal no *Youtube* ao longo desta quaresma, bem-vindos, se inscrevam, dê um *like*, gostou? Erga sua mão [...] (ROSSI, 2019).

A Igreja possui uma estrutura hierárquica, já apresentada neste estudo. Sendo assim, podemos considerá-la um dispositivo híbrido, que implica à instituição o fato de obter em si outras características de dispositivos como empresarial,

monárquico e terapêutico, por exemplo. "Dispositivo" pode ser entendido como "um conjunto de práticas e mecanismos (ao mesmo tempo linguísticos e não-linguísticos, jurídicos, técnicos e militares) que têm o objetivo de fazer frente a uma urgência e de obter um efeito mais ou menos imediato" (AGAMBEN,2009, p. 35).

Esta compreensão nos possibilita entender a Igreja em aspecto operacional, segundo Agamben (2009, p. 38), como um "processo de subjetivação" que produz o seu sujeito. No interior da instituição religiosa católica, o documento da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) de número 105, publicado no ano de 2016, colocou no centro da reflexão pastoral e teológica os cristãos leigos compreendidos como "sujeitos eclesiais".

Ser sujeito eclesial significa ser maduro na fé, testemunhar amor à Igreja, servir os irmãos e irmãs, permanecer no seguimento de Jesus, na escuta obediente à inspiração do Espírito Santo e ter coragem, criatividade e ousadia para dar testemunho de Cristo (CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL, 2016, p. 69).

Para os bispos do Brasil, cada fiel leigo assume a missão de "atuar na Igreja e na sociedade e a promover uma relação construtiva entre ambas" (CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL, 2016, p.70). Esta autonomia deve estar em comunhão com a comunidade eclesial constituída pelos fiéis e seus pastores, tornando esta missão o objetivo de todos os atores religiosos.

Nas 13 missas analisadas, percebe-se o desejo velado de se angariar novos seguidores para o canal do *Youtube*, tendo como intuito evangelizar. Padre Marcelo inicia suas missas saudando os presentes no santuário Santa Mãe de Deus e aqueles que o estão acompanhando através de seu canal. A ideia de compartilhamento na rede, abordado no capítulo anterior, retorna aqui não apenas como compartilhamento de conteúdo, mas como um compartilhamento de fé. A atitude do fiel midiaticizado, para o padre Marcelo Rossi, não se dá em um lugar social, como é tradicionalmente a ação pastoral da Igreja, sempre com uma incidência social muito forte, mas sim, como uma forma de fazer com que mais pessoas tenham acesso à mensagem de evangelização transmitida pelo religioso, sentindo-se confortadas ou mesmo atendidas espiritualmente.

Ao falarmos da ação pastoral da Igreja, abordarmos uma realidade prática de todos os batizados, no qual, como abordado no primeiro capítulo deste estudo, todos os fiéis são revestidos da mesma dignidade. O teólogo pastoralista Agenor Brighenti (2011) afirma que a pastoral “leva os interlocutores da ação evangelizadora a se conectarem com o evento da revelação – Palavra feita carne em Jesus Cristo” (BRIGHENTI, 2011, pg. 87). A pastoral se apresenta como um caminho de encontro e experiência com a Palavra, o Verbo encarnado do Pai que liberta e valoriza cada homem e mulher. Para concretização desta ação, Brighenti expressa a necessidade de “mediações privilegiadas”, estas devem ser compreendidas como *martyria*; *querigma*; *didaskalia* e *Krísis*. Nota-se configurada uma característica da ação missionária e pastoral do fiel batizado, indo muito além do simples fato de compartilhar um vídeo e/ou curtir um canal do *Youtube*. Poderíamos neste sentido nos questionar: em vias de uma nova autoridade religiosa, qual é a palavra que, realmente, é proclamada? A palavra de quem anuncia, padre Marcelo Rossi neste caso, ou a Palavra de Deus, como são compreendidos os textos bíblicos segundo a tradição da Igreja Católica?

Neste estudo, coube analisar o processo de midiatização que o padre Marcelo Rossi vem realizando no interior da Igreja. Para tanto, observam-se, em sua prática, motivações pessoais e o desejo do compartilhamento de seu conteúdo por parte dos seus seguidores.

Na missa de 10 de março de 2019, após o momento penitencial, dentro da celebração, expressa o padre para os presentes e para as câmeras:

Lembrando que na quaresma, nós estamos estreando um novo canal, o nosso canal, tá? Pelo Youtube, então hoje de modo especial uma salva de palmas por quem está nos acompanhando pelo *Youtube*... padre, mas e o Face? Estou fazendo o *face*, *Instagram*, *Twitter*, mas na quaresma as transmissões pelo nosso canal do *Youtube*, tá? Então e aí, mas estamos ensinando como a pessoa pode participar lembrando que pra evangelizar eu tinha, faltava esse meio e Jesus queria eu quero (palavra seguinte inaudível) a Quaresma, poder evangelizar em todos os meio pra honra e glória de Jesus, amém! Ele merece estar em todas as áreas e faltava realmente o *Youtube*, mas tinha a hora de Deus e a hora é agora. (ROSSI, 2019)

Estes se configuram como representantes da instituição, autoridades constituídas pela Igreja, mas que fizeram de sua ação pastoral uma ação criativa

assumindo o que o Papa Francisco (2013) denomina de “formas diferentes” para evangelizar e transmitir o conteúdo religioso.

O que se pode aferir dos discursos do padre Marcelo Rossi, nas missas analisadas, é que o sacerdote buscou um modo diferente de evangelizar. Podemos, seguramente, afirmar que é tênue a linha pela qual percorre o sacerdote. Tenuidade que se demonstra no risco eminente de inserir aspectos subjetivos e pessoais em realidades que são institucionais e pedem atenção à tradição. No entanto, evidencia-se o fato de que o padre busque novos meios de se evangelizar, promovendo a midiaticização, e favorecendo o que Rino Fisichella (2012) denominou como “a nova evangelização”.

Na selva interpretativa penso que seja melhor evitar o neologismo “reevangelização”, para permitir falar-se da nova evangelização como de uma forma mediante a qual o Evangelho de sempre é anunciado com novo entusiasmo, novas linguagens compreensíveis numa condição cultural diferente e novas metodologias capazes de transmitir o sentido profundo que permanece inalterado (FISICHELLA, 2012, p.31).

A nova evangelização não consiste na transmissão de novos conteúdos, mas em apresentar a contemporaneidade perene de Cristo a todos os homens e mulheres de nosso tempo. A mensagem de Cristo “[...] não é palavra oca, é Alguém” (BRIGHENTI, 2011, p. 92). Em tese, é este Alguém que deve ser anunciado, mais do que mensagens populares e canções emotivas. O compartilhamento do cristão na rede de computadores não pode fugir dos trâmites de um anúncio profético e responsável, capaz de libertar as pessoas da indiferença e do egoísmo.

Sendo Palavra viva de Deus, é também um evento que provoca as pessoas, penetra na sua vida chamando-as à conversão e cria uma comunidade de fé, de esperança e de amor. Em suma, não é uma simples palavra, mas uma força criadora que atua aquilo que exprime (FISICHELLA, 2012, p.23).

Nota-se que a “força criadora” está no sentido de transformação da realidade a partir do anúncio da Palavra. Não é um anúncio de mera propagação de mensagem, mas sim um anúncio que deve provocar um impacto na ação relacional das pessoas, formando comunidades, favorecendo a esperança e a construção de uma sociedade fraterna.

Faz-se necessário desenvolver a capacidade dialógica neste anúncio. Tanto religiosos, quanto fieis leigos, podem contribuir para a construção de um mundo

melhor. Assim, afirma o Papa emérito Bento XVI, “[...] o mundo da razão e o mundo da fé – o mundo da secularidade relacional e o mundo do credo religioso – precisam um do outro, e não deveriam ter medo de entrar num diálogo profundo e contínuo, para o bem da nossa civilização.” (BENTO XVI, 2014).

Essa missão dialógica compete a todo discípulo missionário. A evangelização precisa ser evidenciada em todo o seu potencial de conexão com a realidade social e com o intuito de transformá-la, pois não é de origem primeiramente acadêmica, mas, sobretudo, existencial. O discípulo missionário, à luz do Concílio Vaticano II, precisa ser sensível e participar das “alegrias e angústias dos homens e mulheres de hoje” (CONSTITUIÇÃO PASTORAL GAUDIUM ET SPES, 1997, p. 143), compreendendo que essa constatação não é de ordem estática, mas sempre dinâmica, pois a “Igreja peregrina é por sua natureza missionária” (DECRETO AD GENTES, 1997, p. 351).

Este aspecto da missionariedade faz com que os leigos e leigas e fiéis batizados na instituição assumam seu papel de evangelizadores. Como se viu até aqui, é esta a evangelização que acontece através do anúncio da Palavra de Deus e da pessoa de Jesus. Estes atores religiosos são os primeiros a serem afetados pela nova autoridade religiosa emergente do processo de midiaticização. Assim, compreendemos o fato de que são eles o Corpo Místico de Cristo que formam comunidade e constituem a massa na igreja. O filósofo e teólogo Renold Blank (2006) traçou um perfil de cinco tipos de leigos.

Em seu livro *Ovelhas ou protagonistas- A Igreja e a nova autonomia do laicato no século 21*, o autor trabalha a ideia de que o modelo do rebanho (pastor que guia as ovelhas) deve ser substituído pela Pastoral Urbana, esta que deve acompanhar o leigo. Devemos entender que quão maior for a qualificação da pessoa, menos ela irá se sentir ovelha.

Segundo Blank, o homem urbano busca a autonomia, justamente o que Deus quer, afinal ele nos criou para a liberdade e não para a servidão. O serviço vem como gesto concreto do amor de Deus por nós, e não por uma ordem do pastor.

Acena ainda para o fato de que a protagonização dos leigos é, muitas vezes, discutida no papel, porém sem uso prático, devendo-se o fenômeno ao fato de que muitos pastores não querem se render à nova configuração de protagonismo do

leigo, mas sim se esforçam por manter a dimensão hierárquica de poder/dominação, favorecendo fenômenos como o clericalismo e a centralização do poder (BLANK, 2006, p. 24-36).

3.2.1 Quem são os leigos para Renold Blank

Enxergar o leigo, fazendo com que ele perceba seu real papel como agente transformador de realidades, que ele seja um protagonista laical –como prega a Igreja– exige recordar de maneira teórica que o leigo faz parte da atividade sacerdotal, do *múnus* sacerdotal, ou seja, é aquele que participa do mistério do Cristo, sendo, deste modo, um apóstolo chamado e enviado por Deus. Para isso, é necessário assumir a mentalidade do próprio Concílio Vaticano II, que nos mostra de maneira profícua o verdadeiro papel do leigo (KUZMA, 2009, p. 95-96).

Nesta perspectiva Renold Blanck elenca cinco categorias de leigos presentes na Igreja. São elas: as ovelhas; os consumidores; os emancipados; os resignados; e os revoltados. As “ovelhas” sempre serão submissas e não querem se desenvolver, segundo o autor, considerando-se bons cristãos por serem assim. No entanto, são o medo e a angústia que as impedem de almejarem ser mais. Para quem exerce poder sobre elas, é uma tentação a permanecer na zona de conforto, favorecendo o fortalecimento de um sistema eclesial fechado.

As ovelhas não questionam, elas obedecem, e todo poder gosta de ser obedecido. As ovelhas não querem transformações estruturais nem na sociedade nem dentro da Igreja. Por causa disso não questionam as estruturas das instituições, que por sua vez também, à maneira de toda instituição, ficam profundamente desconfiadas diante de qualquer transformação (BLANK, 2006, p. 68).

Já os leigos consumidores tratam a Igreja como se fosse um mercado religioso, onde o padre é o funcionário do Sagrado que é utilizado somente quando necessário (realização de sacramentos). De acordo com Blanck, leigos assim não têm nenhum tipo de ligação com a Igreja, mas se acham no direito de criticá-la quando ela não faz o que o consumidor pede. Não são agressivos sobre a rotina religiosa, mas se enervam quando ocorre uma mudança, se contentam com uma fé

básica e superficial. O teólogo ressalta que engajamento não é o forte do leigo consumidor. Este perfil busca a hierarquia, pois Ihe dá segurança (BLANK, 2006, p. 71-72).

Os leigos emancipados, segundo Blanck, compõem a nova geração do homem e mulher dos dias de hoje, e são em potências protagonistas da nova história da Igreja. Possuem uma formação mais ampla (na escola e na vida urbana de maneira tecnológica e informatizada). Esta é uma geração que não aceita tutela nem dentro da sociedade, quiçá dentro da Igreja da maneira pastor-ovelha.

A Igreja que Deus quer é uma Igreja que se compromete com os mesmos valores com os quais o próprio Deus se comprometeu. Deus se comprometeu com os fracos. Deus se comprometeu contra estruturas injustas. Deus se comprometeu contra o legalismo. Deus se engajou pela misericórdia, Deus se engajou pela liberdade (BLANK, 2006, p. 77).

Os leigos resignados, nos estudos do teólogo, acenam para os que se decepcionaram com a Igreja. Para o teólogo, são os decepcionados com a Igreja e que a veem como algo onde não haverá mudança. Ocorre, nesta categoria de cristão, uma migração religiosa, para os consumidores. Sendo assim, eles migram para outra denominação, a fim de achar uma Igreja que supra as necessidades de consumo do sagrado.

Por fim, a última categoria de leigos, denomina-se revoltados. Estes são constituídos, em grande parte, pelas pessoas emancipadas, na maioria das vezes pessoas engajadas que, de alguma forma, fizeram alguma experiência que os frustrou, sendo rebaixadas a ovelhas, ou de algum modo excluídas das estruturas de decisão.

Ao que se nota, ovelhas e consumidores são as categorias nas quais poderíamos reagrupar os seguidores de padre Marcelo Rossi no *Youtube*. Imbuídos por um apelo personalista do presbítero, as ovelhas/seguidoras rompem com o protagonismo e passam a exercer práticas de reprodução de conteúdo, reduzindo sua ação pastoral e, assim, sendo motivadas e lideradas por uma autoridade religiosa que tem suas preocupações com o indivíduo e, em sua experiência particular, transformar a sociedade enquanto a comunidade está em segundo plano.

De acordo com as pesquisas de Péricles Morais de Andrade Júnior (2006, p. 103) os fiéis que participam das celebrações de padre Marcelo são dois tipos: os que moram na grande São Paulo e os turistas religiosos, advindos de caravanas de inúmeras partes do Brasil. Incluiríamos um terceiro tipo, que são justamente os internautas, fiéis na mídia do *Youtube*, que interagem, participam e pedem suas orações. Este é o público, que na Quaresma de 2019, padre Marcelo desejou atingir. Esta nova categoria de fiéis se aproxima do que Blank categorizou como leigo ovelha e consumidor.

A ação pastoral foge das mediações privilegiadas de Brighenti (2011), ganhando força na quantidade de compartilhamentos. Esta nova autoridade religiosa não está mais preocupada com o impacto da fé na transformação da realidade, pois, antes disso, quer saber quantos likes e compartilhamentos aquela postagem irá atingir. Nesta perspectiva, a lógica desta evangelização, de acordo com o que os discursos que padre Marcelo nos apresenta, é: quanto mais curtidas e compartilhamentos, mais pessoas são atingidas e “evangelizadas”.

3.3 O espetáculo religioso

Há muito que homens e mulheres, por consequência de seu ‘*homo ludens*’, encontram prazer em celebrar algo. No decorrer do tempo, o termo ‘celebração’ passou por diversas variações, embora nenhuma de suas formas de compreensão fugiram de seu radical: celebrar = festejar.

A partir disto, a ação litúrgica se torna o lugar por excelência de onde se celebra. É nela que os homens se encontram, festejam, celebram suas vidas e reconhecem a ação de Deus que, de forma gratuita, encontra-se com a humanidade. Na ação do Pai que salva do Filho que leva Deus aos homens e os homens a Deus, do Espírito que impulsiona e anima dinamicamente, a ação salvífica no plano da criação, a humanidade se reúne em assembleia litúrgica e celebram, pelo sacerdócio comum, a alegria e a vida ministerial.

Celebrar deriva do adjetivo latino *celeber*, que exprime a ideia de um lugar frequentado por uma numerosa multidão reunida para uma festa. Um poeta

francês, Ch. Peguy, falando de uma famosa ilha da Grécia antiga, escreve: “esta ilha será célebre e celebrada entre todas as ilhas”. A proximidade entre o adjetivo “célebre”, estritamente profano, e o particípio “celebrada”, dotado de uma conotação claramente religiosa, é significativa. Daí a passagem de “célebre” a “celebrada” (POUILLY, 2007).

De acordo com nossa análise, padre Marcelo realiza o entrelaçamento entre célebre e celebração – faz-se celebridade do culto e no ato religioso da celebração da missa. Andrade Júnior definiu dois aspectos que levam as pessoas a desejarem participar de uma celebração presidida pelo padre Marcelo Rossi: o primeiro aspecto se deve ao fato de sua ligação com Deus, e o segundo aspecto, seu modo inovador de celebrar a liturgia. Segundo as entrevistas realizadas pelo pesquisador, os fiéis se sentiam participantes da celebração. Não mais nos moldes tradicionais, nos quais cada fiel participava em sua oração e contemplação do que se celebrava, mas agora participam com palmas e cantos (ANDRADE JÚNIOR, 2006, p. 247-254).

Padre Marcelo transformou a celebração da missa em um espetáculo religioso. Nos apropriando da compreensão de Guy Debord (1997), ao apresentar sua obra *A sociedade do espetáculo*, compreendemos a realidade apresentada como um espetáculo: no caso das missas, a realidade do que se celebra, se tornou espetáculo aos milhares de fiéis/seguidores/espectadores das celebrações.

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele. É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar algum, pois o espetáculo está em toda parte (DEBORD, 1997, p. 24).

Padre Marcelo puxa para si a multidão que o acompanha, tanto nas redes sociais como no Santuário. Ele se tornou uma personalidade ao apresentar o espetáculo da fé. Se, no primeiro capítulo deste estudo, finalizávamos com a *Santa Missa, um programa de televisão*, poderíamos aqui compreender, em padre Marcelo, a missa como um espetáculo no qual ele é o artista, ainda que assim ele não se reconheça.

Em entrevista ao apresentador e humorista Danilo Gentili, no dia 8 de novembro de 2017, padre Marcelo relatou o início de sua carreira e as motivações para sua presença nos meios midiáticos:

Padre Zezinho nunca passou do meio católico para o laico; quando o Papa João Paulo II veio para cá ele nos desafiou. Eu era padre jovem. Ele disse, sabe a parábola das ovelhinhas? Não tem as cem ovelhinhas? Uma se perde, o Papa diz, sabe o que acontece hoje? Hoje só tem uma ovelhinha, as noventa e nove estão perdidas. Aí eu parei: meu Deus ele tem razão! Eu nunca fiz comunicação, mas meio veio forte, porque não usar os meios de comunicação? E aí eu conversei com meu bispo, falei: "Dom Fernando, nunca ninguém foi, imagina, tudo que você possa imaginar de programa eu fui, naquela época. Eu tinha que ter apoio do bispo e do Papa. Graças a Deus através do Cardeal Dom Eugênio, que foi um grande amigo, teve esse apoio, porque senão não estaria aqui. Você não tem noção os cinco primeiros anos. Primeiro, dentro da Igreja, pra saber qual era meu objetivo, a missão; ao mesmo tempo com as pessoas, o dinheiro, eu dizia, espera um pouquinho. (GENTILI, 2017)

O ensaio de Paula Sibilia intitulado *O show do eu- a intimidade como espetáculo* nos faz analisar o fenômeno do espetáculo religioso protagonizado pelo padre Marcelo Rossi. O religioso em suas falas não apenas se apresenta como representante de Deus, mas traz consigo uma forte marca de um desejo pessoal na realização de suas atividades. No capítulo oitavo de seu ensaio, a autora inicia:

Qual é a principal obra que produzem os autores-narradores dos novos gêneros confessionais da internet? Tal obra é um personagem chamado *eu*, pois o que se cria e recria incessantemente nesses espaços interativos é a própria *personalidade*. Esta seria, pelo menos, uma das metas prioritárias de grande parte dessas imagens auto-referentes e desses textos intimistas que atordoam as telas dos computadores interconectados: permitir que seus autores se tornem celebridades, ou personagens decalcados nos padrões midiáticos (SIBILIA, 2008, p. 233).

A pesquisadora está abordando o tema numa perspectiva da autoexposição dos indivíduos nas redes sociais, como *blogs* e *Facebook*, uma autoexposição como esta que tem constituído um *eu* que é personalidade. Na compreensão da autora, personalidade enquanto "algo que se vê" e que molda o que é orientado para os outros e construído por outros.

Tão logo se nota que, para produção deste espetáculo, não se pode levar em conta os meios tradicionais, deve-se levar em conta o desejo e a acomodação do espectador. A celebração da Paixão do Senhor, no dia 19 de abril de 2019, foi presidida por Dom Fernando Antônio Figueiredo. No momento da narração da

Paixão de Jesus, padre Marcelo se levantou, como se fosse uma aclamação ao Evangelho, e convidou os fiéis a ficarem em pé, motivando-os a cantar: "porque ele vive, eu posso crer no amanhã, porque ele vive, temor não há", canto acompanhado dos acenos dos braços levantados. Nesta mesma celebração, notamos que a homilia fora realizada pelo bispo, diferentemente das outras celebrações da Quaresma, em que padre Marcelo fora o presidente da celebração. Dom Fernando não desceu as rampas do presbitério, se manteve na parte superior, falando aos fiéis; e não iniciou seu sermão com música, mas sim indo direto à reflexão acerca das leituras proclamadas. Isto destoa das homilias proferidas pelo padre Marcelo, sempre marcadas pelas músicas no começo e no final, com orações populares no início e tendo por conteúdo histórias pessoais e ou que envolvam pessoas de seu convívio, além de histórias que lhe chegam pelas redes sociais.

Entre as duas unidades de análise, pudemos aferir o fato de que padre Marcelo Rossi vê os fiéis enquanto multiplicadores de suas mensagens. Fala aos presentes no santuário, mas, também, motiva as pessoas que estão lhe assistindo em suas casas e computadores. Embora ele assim não reconheça, sua prática de pedir *likes* e querer ganhar e atingir mais pessoas, está dentro da lógica da mídia, que oferece sempre um produto a ser consumido. Tal como padre Marcelo está oferecendo a fé, como este produto, sendo ele o maior expoente do que se consome.

Isso o torna uma personalidade que atraí para si pessoas que se identificam com sua mensagem e estilo de vida. De certa forma, ao trazer um modo diferente na linguagem e na liturgia, o padre realiza este espetáculo, não atualizando o mistério, mas oferecendo às pessoas uma realidade construída e apresentada a partir deste novo modo de se comunicar. Esse novo modo de se comunicar expressa o que chamamos de processo de midiatização no catolicismo, fenômeno que Marcelo Rossi leva às suas transmissões pelo *Youtube*. Conseguimos identificar um roteiro característico nos discursos do religioso, que encontramos com base nos seletores de Nicklas Luhmann ao dizer os valores de notícia.

3.3.1 Processo de midiaticização: Padre Marcelo e seu caráter operacional nas missas da Quaresma

Queremos iniciar esta sessão com as palavras de Stig Hjarvard sobre a mídia religiosa:

A *mídia* religiosa precisa, no entanto, adaptar-se também às diferentes demandas dos meios de comunicação, o que pode não apenas influenciar a forma e o conteúdo das mensagens religiosas, mas também alterar o modo como são estabelecidas as relações entre os veículos religiosos e o público, inclusive o modo como deve ser exercida a autoridade religiosa (HJARVARD, 2014, p. 141 – grifo do autor).

Durante a observação de nosso corpus de pesquisa, pudemos aferir uma cadência não apenas no discurso, mas também na maneira de se posicionar de padre Marcelo Rossi. O religioso teve de se adaptar às demandas dos meios de comunicação para se fazer presente neles. Apropriou-se de uma linguagem como “dê seu like”, “se inscreva em nosso canal”, “compartilhe este vídeo”, para marcar presença na internet, especificamente, no *Youtube*.

Com um olhar para a tabela “seletores”, apresentada no segundo capítulo deste trabalho, conseguimos identificar uma relação dos valores da notícia com a cadência estabelecida pelo religioso em seu discurso e ação. Quando Luhmann (2005) escreve *A realidade dos meios de comunicação*, está trazendo à tona da discussão os meios de comunicação entendidos como “instituições da sociedade que se servem de meios técnicos de reprodução para a difusão da comunicação” (LUHMANN, 2005, p. 16).

Há um modo operacional de se comunicar, o que é próprio dos sistemas de cada instituição. A Igreja Católica não se isola das demais instituições e, como já demonstrado no percurso deste trabalho, busca se comunicar *ad extra* não apenas nos meios de comunicação com suas programações, mas também, na linguagem da qual tem se apropriado para difundir a mensagem religiosa.

Passemos a estabelecer uma relação entre a lógica de notícia e as lógicas midiáticas adotadas pelo padre Marcelo Rossi. Tendo por base os seletores de Luhmann, conseguimos reconhecer nos discursos do padre sua lógica. Consciente

ou não o aporte teórico do sociólogo alemão nos possibilitou fundamentar esta tabela relacional entre os seletores e a nossa análise sobre os discursos das 13 missas.

3.3.2 Os seletores de Luhmann e a lógica da mediação de Padre Marcelo Rossi

Notícias sempre fizeram parte da sociedade. Na própria instituição religiosa a palavra “evangelho” significa boa notícia. A missão da igreja em evangelizar é também sua missão de anunciar a boa notícia que é a pessoa de Jesus, como já vimos acima no que se refere à ação pastoral. Não bastasse apenas contar o fato, foi necessário criar-se um estilo, o estilo jornalístico, que deu origem ao que denominamos jornalismo (LUHMANN, 2005, p 55).

Uma de suas funções é observar os sistemas e comunicar suas irritações, como já abordado anteriormente. Para noticiar estas observações, o jornalismo se utiliza de notícias ou reportagens. Para ambos, há critérios de seleção que favorecem a propagação do conteúdo a ser comunicado.

O sociólogo está se refere a critérios de seleção com base ao próprio “sistema de funcionamento dos meios de comunicação” – queremos apropriá-los em nossa análise no intuito de aproximar estes seletores ao discurso de padre Marcelo Rossi, no intuito de evidenciar o processo de mediação no catolicismo. Os seletores são: a) a novidade na informação; b) a importância dos conflitos; c) a quantidade; d) a relevância local; e) transgressões à norma; f) a moralidade; g) ações e pessoas; h) atualidade; i) manifestação de opiniões. Vejamos cada um deles e suas relações com a nossa pesquisa.

a) A novidade na informação.

No que se refere à questão da novidade na informação, Luhman define que “em relação a novidades, pensa-se inicialmente em acontecimentos únicos” (LUHMANN, 2005, p.58). Como já afirmamos, o sociólogo está trabalhando no

âmbito da notícia. Porém, na aproximação que realizamos com as práticas de padre Marcelo Rossi, nota-se em seu discurso sempre uma novidade em suas atitudes.

[...] Uma salva de palmas para que esta na internet, e numa experiência nova no nosso canal no youtube, uma salva de palmas especial. Eu to aprendendo a linguagem [...] – Missa de 28/03. (ROSSI, 2019g)

Não apenas no caso do “coração aberto”, como, também, na missa pela Quaresma transmitida pelo *Youtube*, o religioso busca sempre enfatizar esta singularidade da sua ação, passando a impressão de que está descobrindo agora estes meios, no entanto, quer fazer uso dele para evangelizar.

b) A importância dos conflitos.

Na perspectiva de Luhmann “enquanto temas, os conflitos têm a vantagem de jogar com uma incerteza que eles próprios produzem” (LUHAMANN, 2005, p.58). Os conflitos geram a tensão e dão uma perspectiva de futuro quando provoca a pergunta: o que será que vai acontecer? Nos discursos do padre Marcelo, notamos, por exemplo, na missa de domingo de ramos a seguinte fala:

[...] Qual é o seu nome de batismo? Então iniciamos hoje uma semana que é a semana Santa... a santa semana, e... profeticamente, eu já profetizo... nossa vida não será mais a mesma até domingo que vem, amém? Seremos todos transformados em bênçãos[...] (ROSSI, 2019i)

Constantemente se pode aferir o jogo entre bênção e maldição, termos como “batalha espiritual” são marcantes nas falas do religioso. Desta forma, o conflito presente em seu discurso se dá pela contraposição de bem e mal, bênção e maldição, gerando no fiel um sentimento de que permanecendo ali na missa, assistindo, compartilhando, ele estará sendo portador e transmissor desta bênção e que no fim valerá a pena.

c) A quantidade

Quanto maior forem os números, mais importância tem a notícia. Não raro vemos, nas entrevistas do padre Marcelo Rossi, ele se referindo ao espaço no qual realiza suas celebrações, sempre trazendo a quantificação de pessoas que cabem neste lugar, bem como seu espanto diante do número de compartilhamento de seus vídeos e postagens nas redes sociais. Em entrevista ao programa de Danilo Gentili,

em 8 de novembro de 2017, relatava o religioso de como percebeu potencialidade evangelizadora através das redes sociais.

[...] Um dia desses, um domingo, eu peguei o celular, assim mesmo, rede social, tem face, liguei, domingo, foi o ano passado, ah não foi esse ano, e aí comecei, conversando, domingo seis e meia, quando me dei conta, só naquela hora, tinham 500 mil pessoas. (GENTILI, 2017)

O fator quantidade se faz presente também em suas missas no santuário, quando, na grande maioria das celebrações analisadas, ele faz referência às pessoas que estão ali presentes e às que estão pelo *youtube*.

[...] Uma curiosidade que eu estava vendo ali de cima... quem está vindo pela primeira vez levante a mão... bem-vindos, sejam bem vindos... *palmas* [...] Quem está lá fora uma salva de palmas [...] – Missa de 24/03. (ROSSI, 2019f)

Nos momentos que faz referência aos que vem de fora, é como se notasse a singularidade de cada um ali presente. Do seu lugar, que é o altar, ele tem a visão de um espaço de 30 mil metros quadrados, e é como se estivesse vendo as pessoas ali que vieram pela primeira vez. Ele evidencia a quantidade no que se refere aos novos que visitam e aos que já participam há tempos, ao que se percebe e ressalta a importância de se estar ali.

d) A relevância local

A distância precisa ser compensada pela gravidade da informação ou pela estranheza, ou pelo elemento exótico, que transmite ao mesmo tempo a informação de que tal evento dificilmente poderia ter ocorrido aqui (LUHMANN, 2005, p.57).

O santuário onde ocorrem as celebrações é o lugar onde a bênção de Deus acontece, e as pessoas que ali estão experimentam uma conexão com o divino e, por isso, a tentativa da Quaresma de 2019 buscou levar esta experiência do santuário para a casa das pessoas que os assistiam e interagem via internet.

No término da missa de 21 de abril, domingo de Páscoa, o padre faz um momento de adoração eucarística, e faz a bênção do Santíssimo. Com o ostensório nas mãos, ele então diz estas palavras:

[...] e erga agora as suas mãos, aquele que é destro, deixe o celular na mão esquerda e acolha, seja aqui no santuário e aquele que está pelo youtube a bênção maior do universo [...] Obrigado senhor por tantas curas, porque

poder começar o dia às sete da manhã e lembrando que se você não pode acompanhar ao vivo vai ficar lá gravado e aí você pode pegar outro horário, o Deus eterno presente, passado e futuro ele se encontra [...] Obrigado Jesus, domingo é o único dia que não dou essa bênção por que eu estou aqui... então as sete da manhã, mais uma vez esse convite, quem puder ao vivo... ao vivo é ao vivo né, mas se não puder mais tarde, obrigado senhor, mais uma vez é [youtube.com/pemarcelorossiuficial](https://www.youtube.com/pemarcelorossiuficial), pôs isso e as sete da manhã... e se inscreva por que vai ser notificado se avisado to ao vivo, tem a notificação, o sininho, e aqueles que puderem por favor, o like significa que você tá gostando e isso é importante, like em inglês é gostar e use cada vez mais a palavra de Deus e a bênção do santíssimo maior do universo. [...] (ROSSI, 2019m)

O lugar é o lugar da bênção, seja ali no Santuário ou em casa ou assistindo depois, a bênção chega até o interessado. Esta é a ideia que se pode aferir do discurso do padre Marcelo Rossi. Não está em questão aqui a validade desta bênção, em perspectiva teológica/sacramental, mas sim o fato de que há um lugar: o santuário, a internet, a importância deste lugar se dá pela bênção de Deus presente. A estratégia favorece a presença de fiéis consumidores que buscam um afago na alma sem um comprometimento com a vida.

e) Transgressões à norma.

Nos meios de comunicação, as transgressões à norma surgem na forma de escândalo, gerando um sentimento de indignação diante do ocorrido (LUHMANN, 2005, p. 60), seja no aspecto religioso, nos exemplos ou nos testemunhos que cumprem este papel.

As histórias contadas pelo padre Marcelo Rossi em suas homilias favorecem este sentimento, provocando uma reflexão da comunidade acerca de princípios éticos e morais.

Transgressões às normas são particularmente selecionadas para o noticiário se nelas puderem ser misturados julgamentos morais, quer dizer, se elas puderem dar motivo para que pessoas sejam valorizadas ou desrespeitadas. Nesse sentido os meios de comunicação têm importante função na manutenção e na reprodução da moral (LUHMANN, 2005, p.62)

Concluimos, por este pensamento de Luhmann, o fato de que se os meios de comunicação têm esta função na manutenção moral, tanto mais o discurso religioso, no qual as falas de padre Marcelo estão carregadas de moralidade.

f) A moralidade

Faz-se saber que transgressões à norma, moralidade, ações e pessoas são seletores que se interligam no discurso de Luhmann. Seletores que também se evidenciam no discurso e nas celebrações do padre Marcelo Rossi. Na missa de 14 de março de 2019, no momento do ato penitencial, padre Marcelo faz uma de suas falas comuns neste momento da missa, pedindo que as pessoas possam se ajoelhar, e, após a oração, pedindo para que se levantem ajudando umas às outras.

[...] Presta atenção antes de se levantar, de repente pode ser que hoje o senhor, lembra que ele vai falar no Evangelho que estive nu, estive doente e você não me visitou, mas quando senhor? Ao menorzinho foi a mim... então não se esqueça que pode estar... você hoje está disfarçado... pode ser o próprio Jesus, amém? *Todos respondem...* Então levante essa pessoa sorrindo a ela, amém? E somos mesmo instrumento do outro Cristo por isso, *lava purifica e restaura-me de novo (segue música)* [...] – Missa de 14/03. (ROSSI, 2019d)

Em suas falas durante as celebrações pode-se notar a ênfase de uma ação ética e moral correta. Muito embora, por vezes, esta ação seja valorizada de maneira individual. Percebe-se em seu discurso um voltar-se para Deus, e um olhar para o irmão com misericórdia, piedade, compaixão, por vezes limitando a caridade à ajuda simplista do outro, sem um comprometimento com transformação social e com a pessoa de modo integral.

g) Ações e pessoas

Na linha do que se vem refletindo até aqui, há uma função dos meios de comunicação em auxiliar no processo de tornar-se pessoa (LUHMANN, 2005, p.65). Este discurso, presente na concepção da Igreja sobretudo no que se refere ao pecado, concorda com a afirmação do Frei Antônio Moser: “o pecado é tudo aquilo que desumaniza”. O intuito de padre Marcelo Rossi é também conduzir as pessoas a Jesus na intenção de que, tendo-o como paradigma, as pessoas tornem-se mais pessoas.

h) Atualidade

A atualidade se faz importante na notícia, em sua função útil de informar. O fato está acontecendo agora. Neste momento. Ao analisar as missas da Quaresma, celebradas pelo padre Marcelo Rossi, nota-se que ele, ao iniciar as celebrações, faz questão de frisar o dia e o horário da transmissão ao vivo.

[...] A você que está nos acompanhando, são seis horas e, agora 59 minutos, agora 19 horas. Ao vivo... no nosso canal no youtube ao longo desta quaresma, bem-vindos, se inscrevam, de um like, gostou?- Missa de 14/03. (ROSSI, 2019d)

O padre inicia sempre com este roteiro de horas e saudação a quem o está vendo pelo *Youtube*. O faz como um locutor de programa radiofônico e/ ou apresentador de programa de auditório que expressa a atualidade da sua presença mediante o programa que está apresentando.

i) Manifestação de opiniões

Sobre a manifestação de opinião nos meios de comunicação escreve Luhmann:

Dessa maneira, os meios de comunicação podem aumentar sua própria sensibilidade e adaptar-se às mudanças na opinião pública, produzida por eles mesmo (LUHMANN, 2005, p. 67).

Reconhecemos este seletor nas celebrações litúrgicas de padre Marcelo quando a importância da opinião não está apenas no apelo para que se realize isto ou aquilo, como é o caso mais explícito, isto é a continuidade de sua adoração eucarística no canal do *Youtube*. O “coração aberto”, que só continuou depois da Quaresma, porque obteve aprovação das pessoas que o assistiam, como já relatamos acima. Esta manifestação, nas missas, dá-se, também, nos próprios comentários e pedidos de oração das transmissões ao vivo. Chama atenção quando na missa de 7 de março, no momento da oração coleta, padre Marcelo chama alguém por nome Galvão, pede o ipad, segurando-o em sua mão o coloca sobre o altar e diz: “Nós colocamos todas as pessoas pelas redes sociais: *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*...”

Figura 2 - Padre Marcelo pegando ipad para colocá-lo sobre o altar.

Repetição das principais mensagens do chat

- Jocelia Moraes Silva de lima 29 / 09 / 1979
- neusa de souza jesus sabeeeeeeee
- Maria P Lopes Abençoe nossas familias crianças proteja sempre abençoe médicos medicação
- Ana Maria Ihe peço a cura do meu joelho e do meu tornozelo. me cure e me liberte de tudo que não é seu. Obrigada Senhor!
- Maria P Lopes Abençoe amigos familiares conhecidos
- Cicera Pereira oração para minha familia e mundo inteiro amém.
- Ilma de Fátima Andrade boa noite Jesus, boa noite Mãe de Deus.
- Carla Raquel Barbosa Amém 🙏
- Jocelia Moraes Silva de lima O dia em que o Senhor me tocou e me tocará
- Dani Santos Peço pelos meus filhos q estão no ventre. Estou internada a 31 dias para o desenvolvimento dos meus bbs e vou fazer a Quaresma do hospital com eles na barriga . Eles vão crescer fortes...

Fonte: ROSSI (2019a)

Na celebração de 19 de abril, Sexta-feira Santa, dia em que a Igreja celebra a entrega na cruz de Jesus, a celebração da Paixão, foi presidida pelo bispo Dom Fernando Antônio Figueiredo, e concelebrada pelo padre Marcelo Rossi.

Figura 3 – Intenções no ipad

Repetição das principais mensagens do chat

- Patricia Haru Não há era pra estar passando?
- Ana Dantonio Jesus eu te amo Maria te amo também 🙏😘
- Cleiton Souza boa tarde
- Vicentina Rodrigues Jesus que eu possa ama-lo como o Senhor nunca foi amado!Amém!!!
- Silvana Lucas Que lindo 🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏
- Regina Célia Leite 🙏
- Luciana Costa Boa tarde
- Carla Leal Viana 🙏❤️

Fonte: ROSSI (2019j)

No altar estão os livros litúrgicos para celebração da missa, contendo um para cada religioso. No entanto, ao lado do livro de padre Marcelo está, também, seu

Ipad, enquanto Dom Fernando realiza a oração. No início desta celebração, padre Marcelo corre o dedo pela tela do aparelho como se estivesse lendo os comentários, fazendo com que as pessoas se sintam contempladas e ouvidas através da valorização que padre Marcelo dá aos pedidos de oração e dos comentários que as pessoas realizam, embora não se note resposta direta do padre nos comentários das missas pelo *Youtube*. Mas, em sua fala, busca enfatizar a presença dos internautas que o acompanham pelas redes sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer dos estudos aqui realizados, deparamo-nos com atores religiosos presentes na mídia, capazes de influenciar multidões. Dentre eles, se destacaram fiéis anônimos e declarados, que eram editores de sites e blogs, gerando reflexão e formando opinião. Ademais dos fiéis leigos, encontramos os padres midiáticos, que marcam presença através de suas celebrações, cantos e palestras. Observar esta realidade e reconhecer estas personalidades motivou a configuração de um questão para este estudo: o poder e autoridade de padre Marcelo Rossi é maior que da hierarquia institucional? Por que padre Marcelo Rossi?

O quadro de personalidades e atores religiosos ocupou-se em encontrar o que melhor incorporava as lógicas midiáticas em sua ação, entendendo por ação gestos e palavras, bem como seu modo de aparecer na mídia, compreendendo este processo de incorporação das lógicas da mídia como um processo de midiatização. Delimitou-se um número de amostragens com personagens diversos. A observação sobre estas amostragens para este estudo fez emergir a “novidade” trazida pelo padre Marcelo Rossi: transmitir pela primeira vez suas missas, ao vivo, através da plataforma do *Youtube*.

Tendo como linha de pesquisa Sujeito e Midiatização, autores como Stig Hjarvard, Nicklas Luhmann, Moisés Sbardelotto, e Pedro Gilberto Gomes motivaram a reflexão acerca do impacto deste novo cenário social denominado por Hjarvard (2014) como uma sociedade em processo de midiatização. O impacto desta nova configuração, na perspectiva do autor, reflete-se no campo religioso na medida em que autoridades tradicionais são desafiadas pelas novas autoridades religiosas (aqueles atores religiosos que se apropriam das lógicas midiáticas). Emerge dos estudos uma segunda questão, que tem como assertiva o fato de que refletir a mudança de autoridade religiosa implica evidenciar os deslocamentos causados por uma nova linguagem e um novo modo de se comunicar. No intuito de dissertar sobre o processo de mudança de autoridade religiosa provocado pelo processo de midiatização no catolicismo, nosso recorte de pesquisa voltou-se às missas

celebradas na Quaresma de 2019 por padre Marcelo Rossi, celebrações estas transmitidas em seu canal no *Youtube*.

Como se ocupou em falar de atores religiosos ligados à Igreja Católica Apostólica Romana, este trabalho viu a necessidade de incorporar um capítulo acerca o *intra murus* da instituição. Dedicou-se a apresentar os atores religiosos, estes compreendidos pela Igreja como membros do Corpo Místico de Cristo. É bem verdade que este trabalho não se dedica a uma reflexão teológica aprofundada no que se refere à questão eclesiológica e os impactos da midiatização, possibilitando vislumbrar perspectivas para futuros estudos. No entanto, o primeiro capítulo apresenta a relação da instituição religiosa com os meios de comunicação no decorrer dos tempos, tendo como ponto de partida o Concílio Vaticano II e suas compreensões eclesiológicas e teológicas. Se por um lado, refletimos sobre o componente interno da igreja, tanto mais interessa-se pelo processo de midiatização emergente no seu bojo. Este fenômeno possibilitou a compreensão de uma nova autoridade religiosa.

De acordo com o objetivo deste estudo, reconheceu-se no padre Marcelo Rossi a manifestação deste fenômeno, aqui denominado processo de midiatização. Diferentemente dos demais atores religiosos, o referido padre não dá um aspecto novo ao transmitir suas missas pelo *Youtube*. Diferentemente de uma celebração transmitida pelo rádio e/ou pela TV, a impressão que se pode aferir é que o padre está usando sua rede social para transmitir um evento proporcionado por ele.

Nesta perspectiva, viu-se a necessidade de uma terceira parte deste trabalho, um capítulo dedicado a estudar o caso “missas transmitidas pelo padre Marcelo Rossi”. Para uma melhor definição do *corpus*, optou-se pelas missas da Quaresma. Através da unitarização dos excertos aferidos dos discursos do padre Marcelo Rossi durante as celebrações, estabeleceu-se duas categorias de análise, sobre as quais foram elaborados os metatextos, textos escritos com o objetivo de elaborar sentido aos discursos. As análises realizadas proporcionaram a elaboração de um novo sentido para os textos que, na aplicação de nossa pesquisa, resultou na codificação de um processo de midiatização realizado pelo padre Marcelo Rossi.

Os resultados deste estudo apontam para a comprovação de nossa hipótese inicial. A autoridade do padre Marcelo Rossi não advém tão somente por ele ser um padre ordenado pela Igreja. Seu poder se demonstra na capacidade de influenciar as pessoas a partir de suas práticas e discursos. Práticas e discursos que se apropriam de recursos midiáticos estabelecendo uma lógica de midiatização. Esta nova autoridade emergente do processo de midiatização se torna um desafio para a instituição religiosa, de modo específico no que tange à conscientização da ação dos atores religiosos nos meios de comunicação social. Isso porque um ator religioso que midiatiza a fé tem a responsabilidade de dar visibilidade à instituição. Não apenas dar visibilidade como, também, gerar um novo perfil de religioso.

Ao que se pode aferir deste estudo, este novo perfil, impactado pelos processos de midiatização, conduz para uma fé individualista tornando-se um perigo para ação comunitária, atividade esta que tende a ficar restrita nos grandes encontros por ocasião de eventos espetaculosos. Frise-se que este trabalho não teve a intenção de esgotar o assunto acerca dos impactos da midiatização sobre os atores religiosos. Uma análise sobre os processos de subjetivação causados a partir da midiatização; a ampliação do trabalho pastoral favorecido pelo processo de midiatização; novas noções de territorialidade, um repensar da ação da igreja; são temas desafiadores que podem emergir do estudo aqui elaborado.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios**. Tradução Vinícios Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009

ANDRADE JÚNIOR, Pérciles Morais de. **Um artista da fé: padre Marcelo Rossi e o catolicismo brasileiro contemporâneo**. 2006. 315 f. Tese (Doutorado) - Curso de Sociologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/9737> . Acesso em: 11 abr. 2019.

ALBERIGO, Giuseppe. **Breve história do concílio Vaticano II: (1959-1965)**. Aparecida, SP: Editora Santuário, 2006.

BARBOSA, Rita de Cássia Aguiari. **Comunidade Canção Nova e padre Fábio de Melo: o catolicismo reprogramado**. 2011. 129 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/3349> . Acesso em: 27 abr. 2019.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BARBEIRA, Francisco Pereira. **Magistério da Igreja e meios de comunicação social – no Vaticano II e em João Paulo II**. Lisboa, PT: Paulus, 2010

BENTO XVI, Papa. **Audiência Geral de 26 de maio de 2010**. 2010. Disponível em: http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/audiences/2010/documents/hf_ben-xvi_aud_20100526.html Acesso em: 10 ago. 2019

BENTO XVI, Papa. **Carta encíclica Caritas in veritate**. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

BENTO XVI, Papa. **Viagem apostólica do Papa Bento XVI ao Reino Unido (16-19 de setembro de 2010) - encontro com as autoridades civis: discurso do santo padre**. Londres, 2010. Disponível em: http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/speeches/2010/september/documents/hf_ben-xvi_spe_20100917_societa-civile.html . Acesso em: 10 ago. 2019.

BEOZZO, José Oscar. O concílio Vaticano II: Etapa Preparatória. *In*: LORSCHIEDER, Aloísio, *et. al.* **Vaticano II: 40 anos depois**. São Paulo: Paulus, 2005 (Coleção comunidade e missão).

BÍBLIA SAGRADA. **Bíblia do Peregrino**. Comentários de L. A. SCHÖCKEL. São Paulo: Paulus, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. 1980. Rio de Janeiro: Marco Zero Latd, 1983.

- BOFF, Leonardo. **Igreja Carisma e Poder**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1982.
- BLANK, Renold. **Ovelhas ou protagonistas?** A igreja e a nova autonomia do laicato no século 21. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRIGHENTI, Agenor. **A pastoral dá o que pensar:** a inteligência da prática transformadora da fé. 2 ed. São Paulo: Paulinas; Valencia: Siquem, 2011.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. São Paulo: Paulinas, 2000.
- CALIMAN, Cleto. Igreja/ modelos de Igreja. In: DICIONÁRIO DO CONCÍLIO VATICANO II. São Paulo: Paulus, 2015.
- CÓDIGO DE DIREITO CANÔNICO, promulgado por João Paulo II, Papa. Tradução Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. São Paulo: Loyola, 1987.
- COMPÊNDIO DA DOCTRINA SOCIAL DA IGREJA. 7. ed. São Paulo: Paulinas, 2011.
- CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade – Sal da terra e luz do mundo (Mt 5, 13-14)**. Brasília: Edições CNBB, 2016.
- CONSTITUIÇÃO DOGMÁTICA GAUDIUM ET SPES. **Documentos do Concílio Ecumênico Vaticano II**. Paulus: São Paulo, 1997
- CONSTITUIÇÃO DOGMÁTICA LUMEN GENTIUM. **Documentos do Concílio Ecumênico Vaticano II**. Paulus: São Paulo, 1997
- DECRETO AD GENTES. **Documentos do Concílio Ecumênico Vaticano II**. Paulus: São Paulo, 1997
- CUNHA, Magali Nascimento. **Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais**. Revista Famecos - mídia, cultura e tecnologia. V. 23, n.2, 2016. Disponível em:
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22280>
Acesso em: 2 dez. 2019.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DOCUMENTO DE APARECIDA: Texto conclusivo da V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe, Edições CNBB. Paulus: São Paulo, 2007.

FISICHELLA, Rino. **A nova evangelização**. São Paulo: Paulus, 2012.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 3 ed. São Paulo: Loyola, 1996.

FELICE, Massimo Di. **Redes sociais digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismo social**. 2017. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/34877> . Acesso em 23 de maio de 2018

FRANCISCO, Papa. **Evangelii Gaudium**. A alegria do Evangelho, sobre o anúncio do Evangelho no mundo atual. São Paulo: Paulus; Edições Loyola, 2013.

FRANCISCO, Papa. **Audiência Geral**: A Assembleia Extraordinária do Sínodo dos Bispos sobre a Família. 2014.

Disponível em:

http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/audiences/2014/documents/papa-francesco_20141210_udienza-generale.html . Acesso em: 11 abr. 2019.

FRANCISCO, Papa. **Mensagem do Papa Francisco para o 51ª dia mundial das comunicações sociais**. 2017. Disponível em:

http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20170124_messaggio-comunicazioni-sociali.html . Acesso em 26/05/2019.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da religião**: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da Religião**: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da Tv Canção Nova. 2009. 259 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2009.

Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2529> Acesso em: 20 nov. 2019.

GENTILI, Danilo. Entrevista com Padre Marcelo Rossi | The Noite (08/11/17). 2017.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U--yURvuDOo&t=1292s> . Acesso em: 18 out. 2019.

GIDDENS, A. 1991. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Ed. Unesp.

GOMES, Pedro Gilberto. **Da Igreja Eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010 – (Coleção comunicação & cultura)

GUATTARI, Félix. **Caosmomse**- um novo paradigma estético. 1992. Tradução Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão. ed.4. São Paulo: Editora 34, 2006.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2014.

HJARVARD, Stig. Mediatization and the changing authority of religion. **Media, Culture & Society**, V. 3, n.1, p.8-17, 2016.
Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0163443715615412> .
Acesso em: 21 mar 2018.

HJARVARD, Stig. **The mediatization of religion**: A theory of the media as agents of religious change. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/233605968_The_mediatization_of_religion_A_theory_of_the_media_as_agents_of_religious_change Acesso em: 25 nov. 2019.

INTER MIRIFICA. In: CONCÍLIO ECUMÊNICO VATICANO II. 4. ed. São Paulo: Paulinas, 2002.

IBGE. **Atlas do censo demográfico 2010**. Disponível em:
https://censo2010.ibge.gov.br/apps/atlas/pdf/Pag_203_Religi%C3%A3o_Evang_mis%C3%A3o_Evang_pentecostal_Evang_nao%20determinada_Diversidade%20cultural.pdf . Acesso em: 15 nov. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOÃO XXIII, Papa. **Discurso de sua Santidade o Papa João XXIII na abertura solene do SS**. Concílio. 1962. Disponível em: http://w2.vatican.va/content/john-xxiii/pt/speeches/1962/documents/hf_j-xxiii_spe_19621011_opening-council.html . Acesso em: 11 abr. 2019.

KEHL, Medard. **A Igreja**: uma eclesiologia católica. São Paulo: Loyola, 1997.

KUZMA, Cesar. **Leigos e leigas**: força e esperança da Igreja no mundo. São Paulo: Paulus, 2009.

LE MOS, André. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia. São Paulo: Paulus, 2010 – Coleção Comunicação.

LIPOVETSKY, G **Os tempos hipermodernos**. Tradução de M. Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004b. 130 p.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2016 – Coleção Comunicação.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**. 2003. ed. 2. São Paulo: Paulus, 2005 – Coleção Comunicação.

MELO, Fábio de, Padre. **Santa Missa da Festa da Misericórdia com Pe Fabio de Melo** 08/04/2018. 2018. Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=6T7EJi_nRx8&t=6s . Acesso em: 27 abr. 2019.

MELO, Fábio de, Padre. **Padre Fabio de Melo - Missa Festa da Misericórdia 2016.** 2016. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ebKk_qcrfF8&t=233s . Acesso em: 27 abr. 2019.

MORAES, Roque. **Uma tempestade de luz:** a compreensão possibilitada pela análise textual discursiva. 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1516-73132003000200004&script=sci_abstract&tIng=pt . Acesso em: 26 abr. 2019.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do Carmo. **Análise textual discursiva.** Rio Grande do Sul: UNIJUI, 2007

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg:** a formação do homem tipográfico. Trad. Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional, 1977.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0** Design Patterns and Business Models for the next Generation of Software. Disponível em: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> Acesso em 20 dez. 2019

PIÉ-NINOT, Salvador. **Introdução à Eclesiologia.** 6 ed. São Paulo: Loyola, 2012.

PIO XII, Papa. **Carta Encíclica Miranda Prorsus** - sobre a cinematografia, a rádio e a televisão. Roma, 1957. Disponível em: http://w2.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html . Acesso em: 16 nov, 2018.

POUILLY, Alfredo. **O que é celebrar?**. In: CELAM (org). Manual de Liturgia 1: a celebração do mistério pascal – Introdução à celebração litúrgica. 2 ed. São Paulo: Paulus, 2007.

ROSSI, Marcelo, Padre. **Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 25 / 04 / 19.** 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mgUzZC6gN9o&t=432s> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 07/03/19. 2019a. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=06bOvO-ulyg&t=718s> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 09/03/19. 2019b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6Pg4ZW333p0&t=1981s> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 10/03/19. 2019c. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5aBt5-sSwm8&t=3622s> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 14/03/19. 2019d. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QMNatdx4Ppg&t=2832s> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 17/03/19. 2019e. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cwz5RzkEZHw> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 24/03/19. 2019f. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CfqQzAzOFt4> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 28/03/19. 2019g. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=UIFI5_DDOlo . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 07/04/19. 2019h. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kABIHIM3ijg> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 14/04/19. 2019i. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Uoeq4Gn3X_s&t=1668s . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Missa de Libertação com Padre Marcelo Rossi - 19/04/19. . 2019j. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IQzFmhrhnF8> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Celebração da Paixão do Senhor com Padre Marcelo Rossi - 19/04/19. 2019k. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=AL_aYP5JMQM&t=144s . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa com Padre Marcelo Rossi - 20/04/19 - Sábado Santo. 2019l. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ui9AtocktOo> . Acesso em: 27 abr. 2019.

ROSSI, Marcelo, Padre. Santa Missa com Padre Marcelo Rossi - 21 / 04 / 19 - Domingo de Páscoa. 2019m. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MiANpuqitWI> . Acesso em: 27 abr. 2019.

SANCHEZ, Wagner Lopes. **Concílio de Trento**. In: VATICANO II: 40 ANOS DEPOIS. São Paulo: Paulus 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: A intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** Tradução de Milton Camargo Mota. São Paulo: Loyola, 2002.

SOUZA, André Ricardo de. Igreja Católica e Mercados: a ambivalência entre a Solidariedade e a competição. **Revista Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 27, n.1, p. 156 – 174, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-85872007000100008 Acesso em: 10 dez. 2019.

SOUZA, André Ricardo de. **Igreja In Concert**: Padres cantores, mídia e marketing. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2005.

SOUZA, André Ricardo de. **Igreja Católica e mercado**: entre competição e cooperação. 2005. Disponível em: http://www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=353&Itemid=171 Acesso em: 10 dez. 2019.

SOUZA, André Ricardo de. **As investidas católicas na mídia**. 2008. Disponível em: https://www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_souza.htm Acesso em: 10/12/2019.

SOUZA, Ney de; GONÇALVES, Paulo Sérgio Lopes. **Catolicismo e sociedade contemporânea – Do Concílio Vaticano I ao contexto histórico-teológico do Concílio Vaticano II**. São Paulo: Paulus, 2013.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez rede**: religiosidade em reconstrução no ambiente digital. São Paulo: Paulinas, 2017.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez bit**: uma análise de sites católicos brasileiros como ambiente para a experiência religiosa. 2011. 207 f. Dissertação (mestrado) - Curso de Ciência da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2011. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3293> Acesso em: 05 dez. 2019.

SPADARO, Antônio. **Ciberteologia**: pensar o cristianismo nos tempos da rede. São Paulo: Paulinas, 2012 – Coleção conectividade.

SPADARO, Antônio. **Web 2.0**: redes sociais. 1 ed. São Paulo: Paulinas, 2013 – Coleção conectividades.

STRÖMBÄCK, Jesper; ESSER, Frank. **Making sense of the mediatization of politics**. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2014.897412> .

Acesso em 04 set. 2018

TABORDA, Francisco. **A Igreja e seus ministros: Uma teologia do ministério ordenado.** São Paulo: Paulus, 2011.

VATTIMO, Gianni. **O fim da modernidade, niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.