

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
APLICADAS**

CRISTINA MICARONI HILKNER ALTIERI

**AS MÍDIAS SOCIAIS NA PROPAGAÇÃO DA
MENSAGEM RELIGIOSA:**
um estudo de caso sobre o fenômeno Fábio de Melo

**CAMPINAS
2018**

CRISTINA MICARONI HILKNER ALTIERI

**AS MÍDIAS SOCIAIS NA PROPAGAÇÃO DA
MENSAGEM RELIGIOSA:**
um estudo de caso sobre o fenômeno Fábio de Melo

Dissertação apresentada como exigência para a obtenção do título de Mestre em Ciências da Religião, ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciências da Religião, do Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, da Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

Orientadora: Profa. Dra. Ceci Maria Costa Baptista Mariani.

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

t261
A468m Altieri, Cristina Micaroni Hilkner.
 As mídias sociais na propagação da mensagem religiosa: um estudo de caso sobre o fenômeno Fábio de Melo/ Cristina Micaroni Hilkner Altieri.- Campinas: PUC-Campinas, 2018.
 115f.: il.

 Orientadora: Ceci Maria Costa Baptista Mariani.
 Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião.
 Inclui bibliografia.

 1. Melo, Fabio de, 1971. 2. Comunicação de massa – Aspectos religiosos – Igreja Católica. 3. Mídia social. 4. Comunicação e cultura. I. Mariani, Ceci Maria Costa Baptista. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião. III. Título.

CDD – 22. ed. t261

Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião

ALTIERI, Cristina Micaroni Hilkner

As mídias sociais na propagação da mensagem religiosa:
um estudo de caso sobre o fenômeno Fábio de Melo.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciências da Religião da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências da Religião.

BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientador:

Profa. Dra. Ceci Maria Costa Baptista Mariani
(Pontifícia Universidade Católica de Campinas)

1º Examinador (Externo)

Profa. Dra. Maria José da Costa Oliveira
(Grupo de Pesquisa em Comunicação Pública e Política)

2º Examinador (Interno)

Prof. Dr. Breno Martins Campos
(Pontifícia Universidade Católica de Campinas)

Campinas, 12 de fevereiro de 2019.

DEDICATÓRIA

Ao meu marido, Marcelo Hilkner Altieri, companheiro de todas as horas,
meu maior incentivador e melhor amigo, você é a minha inspiração para a vida!

AGRADECIMENTOS

Durante uma jornada, um desafio, uma conquista, muitas pessoas são fundamentais para que possamos alcançar nossos objetivos e sonhos.

Não conseguirei elencar todas as pessoas que, durante esses dois anos de mestrado, me ajudaram, seja com indicações de livros e artigos, com transcrições de vídeos, com materiais de apoio, com um sorriso que me fortalecesse ou com uma palavra que me edificasse e até com a compreensão da minha ausência.

Família, amigos, professores, colegas de trabalho e alunos, alguns de uma forma espontânea e consciente e outros inconscientemente, todos colaboraram com minha trajetória e me motivaram a chegar até o fim.

A Deus pela dádiva da vida, essencial para que eu caminhasse até aqui.

Gratidão eterna ao meu marido, Marcelo Hilckner Altieri, pelo amor e apoio incondicionais durante todo meu percurso, fundamentais para minha decisão em fazer o mestrado e sempre estar ao meu lado, meu maior incentivador.

À minha família, pelo amor e pela compreensão, especialmente a minha mãe, Maria do Socorro Ferreira Micaroni (Mara), que sempre se prontificou a me ajudar quando necessário.

À minha eterna avó, Ermínia Mantini Micaroni (em memória), que muito me ensinou sobre a fé e me aproximou da mensagem religiosa.

À minha sogra, Maria Regina Hilckner Altieri pela ajuda e disponibilidade constante.

Ao amigo, Roberto Barbato Júnior, pela pronta colaboração.

À minha orientadora, Profa. Dra. Ceci Maria Costa Baptista Mariani que, com sua forma serena, muito contribuiu com o desenvolvimento do meu trabalho, sempre me incentivando a leituras e me motivando na elaboração de minha dissertação.

A todos os professores do Programa de Pós-graduação em Ciências da Religião da Pontifícia Universidade Católica de Campinas por todos os ensinamentos, especialmente ao Prof. Dr. Breno Martins Campos, que acompanhou meu trabalho desde o início, todos contribuíram com meu desenvolvimento e formação.

Agradeço aos colegas de sala por cada encontro, cada discussão, cada palavra; todos contribuíram para o meu encantamento por esse universo repleto de mistérios chamado religião.

Ao professor Dr. Pe. Paulo Sérgio que, de forma solícita e acolhedora, permitiu que eu entendesse as Ciências da Religião antes mesmo de eu iniciar meu projeto de mestrado.

À Pontifícia Universidade Católica de Campinas pela oportunidade e pela seriedade na condução do programa e aos meus alunos, pela inspiração diária!

Gratidão a todos pelo tempo, dedicação, conhecimento, paciência, colaboração e pelo amor!

Ao padre Fábio de Melo que, mesmo sem ter conhecimento sobre mim e sobre minha pesquisa, foi fundamental para o desenvolvimento do meu trabalho com suas mensagens repletas de conteúdo e outras nem tanto, mas sempre com um tom irônico, inteligente e bem humorado, que me envolveram durante esses dois anos.

Por isso finalizo com uma de suas mensagens, publicada na sua página do *Twitter* em outubro de 2018: *a gratidão é a via que nos devolve à relação de amor com a vida. É a partir dela que nos livramos da pretensão de que erramos, perdemos, retrocedemos. Unidos de espírito grato, seremos sempre capazes de compreender: a vida foi como podia ser. E então, só nos resta agradecer.*

Muito obrigada a todos por esta relação de amor, cada um foi essencialmente importante para esta conclusão, finalizar esta obra foi gratificante a mim!

“Se queres entrar em minha vida retire as sandálias, pois esse solo é Santo.”

Padre Fábio de Melo

RESUMO

ALTIERI, Cristina Micaroni Hilkner, *As mídias sociais na propagação da mensagem religiosa: um estudo de caso sobre o fenômeno Fábio de Melo*. 2018. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) – Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciências da Religião, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2018.

As mídias sociais transformaram a forma como a sociedade está se comunicando. Mais do que isso, é uma revolução que modifica o comportamento das pessoas e das instituições, inclusive das igrejas. A sociedade contemporânea está vivendo uma cultura midiática, em que os *tablets*, *smartphones* e computadores passaram a ser essenciais para se viver em sociedade. Diante desse cenário, há uma exposição gradativa de quem utiliza desses recursos para ser visto, ser conhecido ou até ser reconhecido. É uma oportunidade para muitos se pronunciarem, opinarem, debaterem e até criticarem. A rede é democrática, é livre, é fácil de se utilizar, não tem custos. Com ela surgem as celebridades, os mais seguidos e os mais amados. Padre Fábio de Melo, aproveitou desse recurso cultural-midiático para conquistar uma legião de admiradores. Aos poucos conquistou mais de 10 milhões de seguidores, quer sejam católicos, quer sejam não católicos, quer sejam religiosos ou não religiosos. A forma como ele se comunica pelas mídias digitais será utilizada para o entendimento desse fenômeno Fábio de Melo.

Palavras-chave: Igreja Católica, Mídias Sociais, Fábio de Melo.

ABSTRACT

The social media on the propagation of the religious message: a study case about Fábio de Melo as a phenomenon. 2018. Dissertation (Master Degree on the Science of Religion) – Postgraduation *Stricto Sensu* on the Science of Religion, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2018.

The social media has transformed the way the society communicates. More than this, it is a revolution that modifies people and the institutions behaviour, including the churches. The contemporary society is living a media culture, in which tablets, smartphones and computers become essential for living in society. Faced with this scenario, there is a gradual exposure of those who use these resources to be seen, to be known or even to be recognized. It is an opportunity for many people to pronounce, comment, debate and even criticize themselves. The net is democratic; it is free; it is too easy to be handled; it has no costs. With it come the celebrities, the most followed and the most beloved. Father Fábio de Melo, had taken advantage of this cultural-mediatic resource to conquer a legion of admirers. Little by little, he had conquered more than 10 million followers, whether they are Catholics or non-Catholics, religious or non-religious. The way he communicates through the digital media is going to be put to explain the Fábio de Melo phenomena.

Key words: Catholic Church, Charismatic Renewal, Singing Fathers, Social media, Fábio de Melo.

SUMÁRIO

RESUMO	7
ABSTRACT	8
INTRODUÇÃO.....	11
1 Religião, Comunicação e Igreja Católica.....	14
1.1 Religião e Comunicação no mundo globalizado	16
1.2 Comunicação e Igreja Católica	21
2 Renovação Carismática e a Comunicação da Igreja Católica.....	35
2.1 Renovação Carismática Católica: do nascimento aos holofotes da comunicação de massa	37
2.2. A emergência dos padres cantores:	51
2.3. A explosão das mídias digitais:.....	59
3 As mídias sociais e o fenômeno padre Fábio de Melo	65
3.1 Padre Fábio de Melo: talento e dom artístico desde a infância	66
3.2. Padre Fábio de Melo e as mídias sociais: a construção de um perfil	76
CONSIDERAÇÕES FINAIS	103
REFERÊNCIAS	108

INTRODUÇÃO

Esta dissertação de mestrado com o título “As mídias sociais na propagação da mensagem religiosa: um estudo de caso sobre o fenômeno Fábio de Melo” trata-se de uma investigação sobre a comunicação da Igreja Católica, a partir do Concílio Vaticano II até a chegada das mídias sociais, utilizando-se como estudo de caso o padre Fábio de Melo, que se tornou um fenômeno no Brasil.

Autor de livros, cantor e poeta, fruto da Renovação Carismática, Fábio de Melo utiliza várias ferramentas de comunicação para transmitir a mensagem, dentre elas, destaca-se fortemente a utilização das mídias sociais.

No primeiro capítulo, essa dissertação aborda a evolução da comunicação da Igreja Católica, a partir do Concílio Vaticano II e do Decreto *Inter Mirifica* que oficializou a prática da comunicação na igreja e também deu legitimidade ao movimento da Renovação Carismática, que se iniciou logo após o término do Concílio.

O Concílio Vaticano II promoveu a abertura da Igreja e incentivou padres e bispos a se adequarem às necessidades e à realidade da sociedade. Não se perderá de vista, nesse trabalho, que esse episódio foi fundamental para a comunicação.

Neste mesmo capítulo foi analisada a trajetória da Igreja Católica frente à comunicação, passando pelos documentos oficiais, até alcançar a comunicação digital e a cultura midiática que transformou a maneira como as pessoas vivem em sociedade, inclusive as igrejas.

Já no segundo capítulo, esse trabalho mostra também alguns marcos da Renovação Carismática – RCC, como a utilização dos veículos de comunicação de massa, principalmente a televisão, que foi essencial para a promoção e divulgação do movimento.

A Igreja Católica dá um grande salto em relação à comunicação no Brasil; em 1989 conquista a concessão da TV Canção Nova, em Cachoeira Paulista e em 1990 a fundação da TV Século XXI, em Valinhos, ambas no interior de São Paulo.

O surgimento dos padres cantores, suas trajetórias e como foram fundamentais para a Igreja Católica no momento em que as igrejas pentecostais

estavam se fortalecendo no Brasil também são abordados no segundo capítulo.

Desde o padre Zezinho, um dos pioneiros na música religiosa, passando por diversos padres, como o Antonio Maria, padre das celebridades, padre Marcelo Rossi, ícone da RCC que muito contribuiu com a visibilidade do movimento da Renovação Carismática, pela forma de cantar e dançar e sua presença constante nas mídias, até chegar ao fenômeno, Fábio de Melo.

Já no terceiro e último capítulo, o foco é no padre Fábio de Melo; sua trajetória, suas conquistas e, principalmente, sua forma de se comunicar, que o transformou nesta personalidade religiosa brasileira que tem um destaque expressivo nas mídias, principalmente nas redes sociais.

Não são mais fiéis e sim seguidores, pessoas de todas as religiões e também os considerados sem religião, de todas as idades e gêneros, que são atraídos pela mensagem simples, crítica, irônica e bem humorada do padre celebridade, que virou febre nas mídias sociais.

A comunicação atual é caracterizada pelas transformações advindas da globalização e da tecnologia, que trouxe com a Internet esse novo modelo de diálogo entre as pessoas, de aproximação e de integração, inclusive na religião.

O estudo sobre este encontro, do tradicional com o moderno, do presencial com o virtual, e da cultura do conteúdo para a superficialidade, nos remete à compreensão dos impactos, positivo e negativo, desta nova forma de comunicação dos líderes religiosos.

As tecnologias digitais permitem tanto enviar e obter a informação e a resposta imediata das postagens, geradas pela facilidade dos aplicativos e aparelhos móveis, quanto para receber, analisar, comentar e atualizar as mensagens. Essa ferramenta facilita o monitoramento das reações e percepções e favorece a aproximação e o relacionamento a todo momento em que as pessoas estiverem conectadas. E também são fontes de conflitos e polêmicas.

Estudar este momento das mídias sociais, utilizadas pelos líderes religiosos, neste caso, especificamente, o líder católico, Fábio de Melo, contribuirá com o alcance do objetivo deste trabalho, já que facilitará o entendimento da comunicação da Igreja Católica e dos seus representantes, especialmente neste momento de globalização em que as mídias sociais proporcionam um espaço único, sem fronteiras, durante 24 horas por dia.

Neste contexto foram utilizadas como referência o *Twitter* e o *Youtube*,

principais mídias utilizadas pelo padre Fábio de Melo.

Também foram exibidas algumas mensagens por ele divulgadas em seu canal no *Youtube*, que foram transcritas para melhor entendimento. Geralmente as suas mensagens religiosas têm foco na autoajuda e são divulgadas em vídeos com as suas pregações e o conteúdo de suas palestras, missas e do programa *Direção Espiritual*, permitindo disseminar a mensagem religiosa católica e a palavra de Deus de maneira simples, didática e rápida.

Com esse recurso todos os seus seguidores têm acesso à informação em questão de segundos. A mensagem pode ser compartilhada e comentada.

Foram analisadas as publicações do *Twitter* no período de 1º de outubro a 1º de novembro de 2018, a mídia mais utilizada pelo padre.

Nesta rede social, o *Twitter*, ele prefere mostrar a pessoa Fábio de Melo, por isso, a maioria das publicações tem conteúdo não religioso. São pensamentos e indagações críticas, bem humoradas e até irônicas sobre a vida, o mundo e as pessoas.

Para a base teórica desse estudo foram utilizados documentos do Vaticano e todo um referencial bibliográfico de autores que fazem o diálogo entre as Ciências Sociais, as Ciências da Comunicação e a Teologia no contexto da relação entre a igreja Católica e a sociedade. Para isto, foram utilizados os estudos de cultura midiática eclesial de Joana Puntel, a pesquisa de mídia, religião e sociedade do sociólogo e jornalista, Luís Mauro Sá Martino, a relação do ambiente digital e a Igreja, de Moisés Sbardelotto, entre outros que analisaram a religião neste novo contexto social, marcado pelas mídias sociais.

E para a compreensão das publicações do padre Fábio de Melo nas mídias sociais foi realizado um estudo empírico das próprias mídias sociais, por meio do monitoramento digital.

1 Religião, Comunicação e Igreja Católica

Neste capítulo busca-se contextualizar a importância da comunicação como instrumento de integração entre a igreja e seus fiéis, até a chegada do momento em que a comunicação deixa de ser considerada um instrumento, e passa a se tornar uma nova cultura que modifica a forma como a sociedade se relaciona; inclusive no universo religioso.

Ao longo da história alguns pensadores e estudiosos das áreas de sociologia, antropologia, filosofia, história e psicologia dedicaram-se ao estudo da religião, para entender a sociedade, a cultura e o ser humano.

Na área da comunicação a religião passou a ser estudada inicialmente como fenômeno social, muitas vezes dentro da Sociologia da Religião e tinha como objetivo entender a religião como instrumento de integração social, ou seja, a forma como as pessoas se relacionavam e se comunicavam:

A religião interessa para as Ciências Sociais – e para a Comunicação – por sua importância como fenômeno social, não como fenômeno religioso. A realidade em si dos fenômenos religiosos, das crenças e divindades disputadas sobre questões doutrinárias, sobre o certo e o errado das religiões em si não são o objeto da pesquisa nas Ciências Sociais. A religião se torna um tema de interesse porque essas crenças estão ligadas ao modo como indivíduos, comunidades e sociedades vivem e se relacionam uns com os outros. (MARTINO, 2006, p.21).

A área de comunicação passa a se interessar pelo tema religião quando as igrejas pentecostais começam a se preocupar com a comunicação, seja por meio de publicações impressas ou pela presença dessas igrejas nas rádios para se aproximarem de seus fiéis e também para divulgarem a mensagem religiosa:

A inclusão da comunicação se mostrou particularmente importante para algumas práticas religiosas, a princípio para algumas denominações norte-americanas e, pouco tempo depois, na América Latina. (MARTINO, 2006, p. 20- 21).

Na contemporaneidade há muitos estudiosos com foco na religião, são os cientistas da religião, que independente da formação, seja social, antropológica, filosófica, teológica, psicológica ou comunicacional, possuem um olhar diferenciado em relação à religião, principalmente frente às mudanças sociais e culturais

advindas da globalização e também ao aumento significativo das religiões no mundo.

Um exemplo é a estudiosa Rosado (2017), que acredita que estudar a religião como objeto da sociologia ajuda a entender as práticas sociais. Sua análise se dá mais em como as comunidades praticam as religiões, do que em definir o que é religião e seus impactos sociais.

Independentemente de qualquer autor, estudo, área de pesquisa ou religião, o fato é que toda prática religiosa possui seus ritos, suas crenças e sua forma de disseminar sua mensagem e evangelizar, ou seja, é preciso saber se comunicar.

Assim como a religião é estudada por muitos autores para o entendimento do processo social, a comunicação é fundamental para a construção da sociedade e deixou de ser apenas um instrumento de emissão e recepção de mensagens para se transformar em uma nova cultura social.

E, apesar de todas as inovações e avanços tecnológicos e do processo de secularização, é difícil imaginar uma sociedade sem religião e sem comunicação.

Parece desnecessário mencionar que os processos comunicacionais são elementares no desenvolvimento social, seja para analisar, comentar, compreender e interpretar. Segundo Citelli (2004, p.25), a comunicação contribui para compreender e redefinir as práticas sociais.

Com a globalização e as novas tecnologias, a comunicação dá um salto extraordinário, transformando inclusive a própria sociedade em suas relações pessoais e institucionais.

Essa nova forma de comunicação vem modificando a maneira como as pessoas e as instituições se comportam em sociedade, atingindo inclusive as religiões e as igrejas.

Este capítulo aborda a comunicação da Igreja, com foco na Igreja Católica.

Para melhor compreensão desses elementos serão analisados alguns marcos e movimentos comunicacionais da Igreja Católica a partir do Concílio Vaticano II, tomando como base o decreto *Inter Mirifica* que ressalta a importância da informação para o progresso da sociedade, até o entendimento da sociedade como uma cultura de comunicação, estudados principalmente por Joana Puntel.

1.1 Religião e Comunicação no mundo globalizado

Desde o início, a religião sempre foi objeto de estudo da sociologia, buscando uma forma de entender a sociedade:

A religião tem, assim, a função de agregar os indivíduos à sociedade, servindo enquanto um instrumento de controle social, de manutenção da ordem, funcionando como um código moral, um modelo a ser seguido por seus adeptos, dando ênfase, enquanto valor agregado, à regularidade para a sociedade, possibilitando uma reflexão do homem para além de si mesmo. (MONTE, 2009, p.252).

Essa coesão social proporcionada pela função social da religião também foi estudada:

Na perspectiva de assegurar a coesão social e a integração dos indivíduos na coletividade, ressalta o papel social da Religião. Para Durkheim, ela preserva e dá forma expressiva a sentimentos que alimentam normas e valores, fundamentais na sociedade, e, através dos ritos, consolida-os na consciência dos indivíduos. Entre Religião e sociedade instaura-se uma sinergia: de um lado, as crenças religiosas sacralizam as normas de comportamentos vigentes, fornecendo-lhes uma legitimação definitiva e inapelável, que favorece o autocontrole dos indivíduos e a adoção de medidas repressivas contra os que se desviam. Além disso, os ritos suscitam e exprimem atitudes que reforçam o temor e o respeito para tais normas: desse modo, a Religião fornece uma sólida base para o controle social das tendências desviantes, sublimando os impulsos perigosos para a estabilidade da sociedade. Por outro lado, a sociedade sustém a religião, porque o sistema de símbolos religiosos não é outra coisa senão a sacralização dos sentimentos morais existentes em uma dada sociedade. A conclusão é que a religião sempre terá futuro, porque é uma coisa só com a sociedade da qual faz parte. (MARTELLI, 1995, p.68).

Segundo os estudos de Rosado (2007, p.106) a complexidade da religião e sua diversidade é resultado de um processo de mutação histórica muito grande que impede o reconhecimento de seus traços essenciais. Segundo ela com a prática de rituais e cerimônias religiosas é que as sociedades estabelecem esta unidade; uma coesão, um equilíbrio, que possibilitam o encontro dos fiéis e fortalecem suas crenças.

Pode-se dizer que esses ritos, cerimônias e toda a simbologia desses momentos são maneiras de representação e de comunicação. É a forma em que os envolvidos estão se comunicando com seus pares ou com sua divindade:

Pensando em termos de comunicação, o destaque está na relação de troca entre o fiel e a divindade – ou em termos mais genéricos, entre o

humano e um elemento “sobrenatural”. (MARTINO, 2016, p.91).

De acordo com Martino (2016) é notória a ligação da religião com a comunicação, seja pela necessidade de professar a fé, as crenças, a doutrina, os mitos e ritos e mesmo a leitura da própria Bíblia. Essa ligação é comentada por ele:

Ao menos no Ocidente, a religião parece ter estado sempre ligada à comunicação. Da transmissão oral aos ensinamentos na praça pública, o modelo adotado, por exemplo, no início do Cristianismo, e que parece ter sido um dos responsáveis pela expansão dessa doutrina até complexa mediação eletrônico-tecnológica utilizada por várias Igrejas na atualidade, é difícil imaginar a religião fora dos ambientes midiáticos existentes em cada época. (MARTINO, 2016, p.90).

No Brasil os primeiros estudos de mídia e religião foram estudados pela área de Sociologia da Religião, por isso este alinhamento entre as áreas de sociologia e comunicação:

Os primeiros trabalhos específicos sobre mídia e religião são escritos na área da Sociologia da Religião, apenas em 1980, quando o tema ganha espaço na agenda de pesquisa da área. (MARTINO, 2016, p.21).

Essa necessidade foi percebida pelas igrejas pentecostais e passaram a ser estudadas pela área de comunicação, principalmente com a presença das igrejas na mídia:

Em seu estudo pioneiro sobre o pentecostalismo em São Paulo, Beatriz Muniz de Sousa, destaca o espaço da mídia, principalmente das publicações impressas e programas de rádio, nas igrejas evangélicas. Para a autora, a mídia era parte central de suas atividades, seja mantendo os laços estabelecidos com os fiéis, seja como parte da divulgação de sua mensagem. Souza destacava os meios de comunicação das denominações religiosas, que atuavam tanto como proprietária de editoras e veículos impressos quanto alugando espaços em rádios. Era o início de uma relação institucional e econômica que se tornaria mais e mais complexa com o tempo. (MARTINO, 2016, p.21).

Ele ainda reforça o momento em que as relações entre a mídia e a religião deixaram de ser apenas um estudo sociológico da religião e passaram a ser um estudo da área de Comunicação:

Embora as relações entre mídia e religião só tenham entrado na agenda de pesquisa da Comunicação a partir de 1980, o tema logo passou a estar presente em diversos trabalhos interessados em compreender essa relação do ponto de vista dos estudos da área. Se, no momento anterior, a mídia era vista como uma parte em estudos sociológicos, agora a preocupação era entender como ela se tornava central em alguns aspectos das instituições e práticas religiosas. (MARTINO, 2016, p.22).

Martino (2016, p. 92) também ressalta como a religião, como prática social transita bem nos ambientes da mídia e sabe incorporar as novas tecnologias.

Na década de 90 a Internet, modificou a maneira das instituições e pessoas se comunicarem. As novas práticas modificaram o comportamento social, inclusive no universo religioso. Essas mudanças foram estudadas por Rafael Shoji, pesquisador e cientista de religião:

Durante o decênio de 1990, tanto a Internet como os computadores tornaram-se uma realidade presente nos ambientes de pesquisa e nas casas, com um crescimento exponencial no poder de armazenamento de informação e de processamento dos computadores. Atualmente, a inteligência artificial, pelo reconhecimento de complexos padrões estatísticos, vem se disseminando a partir de áreas como mineração de dados, visão computacional e processamento da linguagem natural. Nada indica que a revolução tecnológica da nossa época esteja perdendo forças e que, no futuro, não vá afetar inúmeras áreas do conhecimento, incluindo os estudos da religião. (SHOJI, 2007, p. 233).

A realidade do mundo contemporâneo comprova a entrada da religião no mundo cibernético, não há dúvidas. Mensagens transitam constantemente pelas redes, pessoas e instituições compartilham suas doutrinas e tentam aproveitar a rede virtual para disseminarem suas crenças e também para se promoverem, formam grupos de discussões, revelam suas angústias e conflitos, pedem ajuda. Enfim, o tema religioso e a espiritualidade, além das inúmeras mensagens de autoajuda, passaram a fazer parte do cotidiano de toda a pessoa que está conectada com este mundo virtual. Não é preciso mais ir às igrejas ou participar de grupos religiosos para ter acesso às mensagens e às práticas religiosas. Além disso, a *Internet* facilitou a divulgação de muitas novas religiões e passou a ser um mundo aberto e contagiante. Este tema foi desenvolvido pelo pesquisador em seu artigo:

Como os sistemas de busca podem atestar, praticamente todos os temas relacionados a religiões e à espiritualidade estão bastante presentes na Internet. Ainda que as religiões mais tradicionais tenham inicialmente

postergado sua entrada no mundo virtual, diversas comunidades religiosas têm feito divulgação e disponibilizado suas informações por meio da Internet. As novas religiões ou comunidades alternativas, principalmente, e também grupos pertencentes a religiões tradicionais, mas que se reúnem, de forma anárquica, à margem das instituições tradicionais, tem usado extensamente a Internet para trocar mensagens, formar comunidades virtuais e mesmo realizar rituais on-line. De fato, a Internet oferece um espaço de convivência para grupos que encontram dificuldades em ter um espaço físico, devido à distância física ou custo financeiro, como é o caso de muitos grupos heterodoxos ou religiões alternativas. (SHOJI, 2007, p. 243).

É importante ressaltar que a comunicação é uma forma de integração e socialização, em que as mensagens se propagam com facilidade e contribuem com o fortalecimento das instituições. A globalização e a *Internet* facilitaram essa propagação; desenvolvendo novas ferramentas de diálogo, de integração e de multiplicação da mensagem religiosa.

Na obra *Globalização e religião Efeitos do pluralismo global no campo religioso contemporâneo*, o autor resalta o encontro da globalização e da religião, conforme segue:

Já faz tempo que a religião e o que se tem chamado de globalização aparecem como temas facilmente associáveis. Se tomarmos globalização em uma de suas definições mais correntes, qual seja, como um processo histórico amplo e complexo de difusão cultural multidirecional em escala planetária, é impossível não tropeçar nos exemplos disponíveis no campo religioso para ilustrar as lógicas difusionistas que animam tal fenômeno. O sucesso obtido por muitas tradições religiosas em se difundir mundialmente surge naturalmente, a evidenciar uma tendência muito visivelmente prematura na história da humanidade, a de que ocorram influxos culturais –simétricos ou assimétricos– entre sociedades distintas. Influxos esses que se tornam cada vez mais acentuados a partir do momento em que começam a surgir as grandes civilizações. Não é por outra razão que os processos de difusão de religiões “mundiais” como o judaísmo, o cristianismo, o islamismo e o budismo ilustram exuberantemente as lógicas da globalização.¹ (JUNGLUT, 2014, p. 419-436).

O pluralismo religioso, marcado pela diversidade religiosa, é pautado na liberdade religiosa, na liberdade de expressão religiosa, em que as diferenças são respeitadas por meio do diálogo, e é fruto da secularização. Diálogo é a base da comunicação, portanto, percebe-se claramente a comunicação neste contexto, conforme artigo *Modernidade e Pluralismo Religioso*:

O pluralismo religioso é um fenômeno da sociedade moderna que desafia o ser humano a viver de forma respeitosa com o diferente. É um novo paradigma que abre espaço às diversas cosmovisões religiosas, que por

meio do diálogo e alteridade busca o entendimento, a paz e a tolerância entre os indivíduos. Pluralismo religioso representa a liberdade religiosa dos homens e a valorização de todas as manifestações religiosas. Assim, configura nosso tempo, marcado pela diversidade religiosa manifestando a multiplicidade de ideias e pensamentos entre os seres humanos em diversas culturas. Onde houver liberdade de expressão, liberdade religiosa, existirá pluralismo religioso. (GOMES e SOUZA, 2013, p.1).

É como diz o personagem de Guimarães Rosa, em seu livro Grande Sertão: veredas: “Muita religião, seu moço! Eu cá, não perco ocasião de religião. Aproveito de todas. Bebo água de todo rio... Uma só para mim é pouca, talvez não me chegue (...)” (ROSA, 1967, p. 15).

Esse pluralismo religioso é nitidamente percebido com a secularização e a abrangência do laicismo, que permitem uma liberdade religiosa e uma ruptura da Igreja e do Estado.

Para Martelli (1995, p.278) há quatro vertentes em relação à secularização, como por exemplo, a da libertação, para os que seguem a teoria marxista da religião como uma forma de alienação, a da religião como um valor intrínseco do ser humano, há outros que acreditam ser irreversível o processo de secularização e ainda aqueles que acreditam na possibilidade da reversibilidade. O autor faz uma consideração quanto a isso:

Contemporaneamente, o termo secularização tem sido usado como forma de deduzir a influência e o controle de universos simbólico-religiosos na vida social, aplicado em sentido mais filosófico-ideológico. Para aqueles que consideram a religião como forma de alienação, o processo de secularização é tido como sinônimo de libertação. Para outros que consideram a religião como valor intrínseco do homem, a secularização é um processo de dessacralização dos valores ético-religiosos que resultou em guerras e destruições. Há ainda outro grupo que considera a secularização um processo unilinear e irreversível, que resultou na libertação da fé cristã, tirando-a do domínio institucional. E um quarto grupo que considera a possibilidade de reversibilidade da secularização, defende a persistência do sagrado apesar do avanço técnico-racional que termina por instigar as pessoas a buscarem respostas para o invisível e supramundano (MARTELLI, 1995, p. 278).

Dentre as quatro possibilidades mencionadas a que analisa a secularização como irreversível e proporciona a libertação da fé cristã é a que ilustra o crescimento contínuo e acelerante das religiões no mundo e apresenta a forma independente e autônoma em que as igrejas vêm atuando na sociedade.

Além disso, a secularização também reforça a importância da comunicação no processo de transformação social, pelo qual passava o mundo

ocidental, fazendo com que a opinião pública utilizasse dos meios de comunicação de massa para expressar seus sentimentos, principalmente em relação à religião, conforme descreve:

O que agora queremos salientar é que, para além de cada uma das teses, a imagem que pareceu consolidar-se na opinião pública e nos meios de comunicação foi a do declínio irreversível da religião, à qual se contrapunha à ascensão irresistível da modernidade. O quanto era fraca essa conclusão, porque expostas empíricas e a desmentidos históricos e, além disso, viciada por pressupostos ideológicos e ambiguidades, foi apontado por muitos. Alguém até propôs abandonar o próprio termo, pois era fonte de excessivas ambiguidades. A proposta revelou-se impraticável, mesmo porque a secularização de hipótese científica logo se tornou um *slogan*, do qual os meios de comunicação se apoderaram. Durante os anos 70 especialmente no ponto alto dos conflitos políticos e antagonismos ideológicos, com muita frequência a secularização foi considerada uma espécie de bandeira, empulhada ou exorcizada conforme se olhasse a Religião como aliada ou opositora da própria visão política. Muitas vezes prevaleceu a atitude preconceituosa em relação à Religião, alimentada por uma concepção ingênua e mítica da modernidade, modelada nos propósitos evolucionistas, progressistas e cientificistas que haviam infestado a sociologia da religião de Comte e do primeiro positivismo. (MARTELLI, 1995, p. 272).

Todavia, neste mundo contemporâneo, secularizado e pluralizado, a religião continua viva e presente na sociedade. Apesar da secularização ter sido considerada por alguns como um fenômeno irreversível, responsável pelo desaparecimento da religião ou apenas por um momento de dessacralização, a realidade vem provar o contrário. Esse conceito é explicado pelo próprio estudioso:

Em outras palavras, mesmo que se admita a existência de um declínio não apenas da prática religiosa, como também da religiosidade, não quer dizer que isso seja o resultado de um processo irreversível, estando sempre aberta à possibilidade de mudanças, no futuro e que caminham no sentido de retomada de uma e de outra. Nessa base, é possível, portanto, distinguir uma ulterior posição teórica. (MARTELLI, 1995, p. 278).

1.2 Comunicação e Igreja Católica

A igreja, como toda instituição social, faz parte desse processo de transformação provocado pela globalização e pela Internet, principalmente com a revolução tecnológica. Neste mundo globalizado em que as redes virtuais invadiram a vida das pessoas é quase impossível sobreviver fora dela. A

comunicação religiosa deixa de ser apenas doutrinária e passa a ser um instrumento de aproximação e de fidelização de seus fiéis. A comunicação virtual favorece este movimento e beneficia as instituições que sabem utilizá-la a seu favor. Permite uma inserção social, uma exposição rápida, de baixo investimento.

Para Ghedin (2015, p.192-193), o deslocamento dos rituais religiosos para o ciberespaço implica uma alteração dos aspectos tradicionais dos ritos. O autor descreve que é notável que essas interações entre religião e tecnologia estão sendo cada vez mais utilizadas pelas igrejas para professar seus ensinamentos, estabelecendo assim, nas redes sociais, suas práticas religiosas.

A Igreja Católica percebeu essa necessidade e está acompanhando as tendências comunicacionais e tecnológicas, principalmente no que diz respeito à forma de se comunicar:

A igreja Católica percebe a necessidade da utilização da comunicação para disseminação da boa mensagem, em contraposição ao mal difundido pela sociedade. E passou a utilizar as tecnologias dos meios de comunicação como um campo de batalha. (PUNTEL, 2010, p. 25).

Para Puntel (2008) as mudanças rápidas das tecnologias de comunicação têm a ver com a vivência da fé cristã. O Concílio Vaticano II (1962-1965), convocado pelo Papa João XXIII, foi realizado em Roma, em três sessões para discutir as doutrinas e a missão da Igreja frente às mudanças sociais, conforme indica outro documento:

O gênero humano encontra-se hoje numa nova fase de sua história, na qual mudanças profundas e rápidas se estendem progressivamente a todo o universo. Estas são provocadas pela inteligência do homem e por sua atividade criadora, atingindo o próprio homem, seus juízos, seus desejos individuais e coletivos e seu modo de pensar e agir, tanto em relação às coisas quanto em relação às pessoas. Já podemos falar de uma verdadeira transformação social e cultural, que repercute na própria vida religiosa (*Gaudium et Spes*, n.4).

O Concílio Vaticano II foi uma experiência de *aggiornamento* – palavra italiana que significa atualização, foi o termo utilizado por João XXIII que preferia não usar a palavra reforma ou renovação, mas que reforça a necessidade da Igreja Católica de mudar interna e externamente. É a forma de expressar a adaptação dos princípios católicos no mundo moderno:

O sagrado Concílio propõe-se fomentar a vida cristã entre os fiéis, adaptar melhor às necessidades do nosso tempo as instituições susceptíveis de mudança, promover tudo o que pode ajudar à união de todos os crentes em Cristo, e fortalecer o que pode contribuir para chamar a todos ao seio da Igreja. Julga, por isso, dever também interessar-se de modo particular pela reforma e incremento da Liturgia. (PAULO VI, 1963, Proêmio).

A terminologia da reforma está presente no corpus do Vaticano II por meio de diversos termos: reforma, renovação, revigoração, restauração e *aggiornamento*.

Foi no Concílio Vaticano II que a Igreja Católica considerou a comunicação como instrumento oficial e institucionalizado, definindo as regras e as orientações de utilização dos meios de comunicação social da Igreja. Foi então elaborado um documento, denominado Decreto *Inter Mirifica* rascunhado antes da primeira sessão do Vaticano II pelo Secretariado Preparatório para a Imprensa e Espetáculos, no período de 1960 a 1962, com 114 parágrafos. Em seu Proêmio o papa Paulo VI, destaca a importância dos meios de comunicação social para a humanidade:

Entre as maravilhosas invenções da técnica que, principalmente nos nossos dias, o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas, a santa Igreja acolhe e fomenta aquelas que dizem respeito, antes de mais, ao espírito humano e abriram novos caminhos para comunicar facilmente notícias, ideias e ordens. Entre estes meios, salientam-se aqueles que, por sua natureza, podem atingir e mover não só cada um dos homens mas também as multidões e toda a sociedade humana, como a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão e outros que, por isso mesmo, podem chamar-se, com toda a razão meios de comunicação social. (PAPA PAULO VI, 1966).

O documento foi aprovado em assembleia em 1963 com 24 parágrafos, isto é, houve uma redução significativa em seu conteúdo inicial, de 114 para 24 decretos. Mas independente das alterações, o *Inter Mirifica* oficializa, pela primeira vez, a importância e a preocupação da comunicação social para a Igreja Católica.

Este documento tem grande importância para a gestão da comunicação da Igreja Católica já que determina e ratifica a prática da comunicação como um dever da Igreja Católica. Além disso, traz um posicionamento oficial sobre o assunto, conforme descrito no decreto:

A Igreja Católica, tendo sido constituída por Cristo Nosso Senhor, a fim de levar a salvação a todos os homens e, por isso, impelida pela necessidade de evangelizar, considera como sua obrigação pregar a mensagem de

salvação, também com o recurso dos instrumentos de comunicação social, e ensinar aos homens seu correto uso. Portanto, pertence à Igreja o direito natural de empregar e possuir toda sorte desses instrumentos, enquanto necessários e úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas. (IM, n.3).

Essa abertura à comunicação foi a reação da Igreja Católica perante à necessidade social, que passa a ser vista como um bem social, tão necessário para se conviver em sociedade. A igreja percebe que as pessoas buscam a informação como um alimento humano e, mantê-la sob sigilo, censura e mistério, é um convite a perder seus fiéis e criar barreiras entre a instituição e sua comunidade católica. Esse direito à informação foi descrito no decreto n.5, conforme segue:

É intrínseco à sociedade humana o direito à informação sobre aqueles assuntos que interessam aos homens e às mulheres, quer tomados individualmente, quer reunidos em sociedade, conforme as condições de cada um. (IM, n.5).

No artigo 12 do *Decreto Inter Mirifica*, a igreja Católica ressalta que garantir o acesso à informação verdadeira, contribui para o progresso da sociedade. Essa necessidade da comunicação está associada a uma preocupação em se comunicar para se aproximar da sociedade e influenciar ideias e opiniões contrárias às propagadas pela Igreja Católica.

Além disto, a Igreja Católica passa a utilizar a comunicação para influenciar a opinião pública, fomentar suas doutrinas morais, suas crenças:

A Igreja Católica praticamente reduziu sua apreciação das novas realidades ao julgamento que delas fazia sob a ótica da moralidade. Mais ainda: o clero assumiu como missão interferir no processo, formulando projetos de controle moral sobre esta mesma opinião pública. (SOARES, 1998, p. 72).

Para Puntel (2010), esse Decreto do *Inter Mirifica* foi um divisor de águas da Igreja Católica em relação às mídias, conforme menciona:

Foi a primeira vez que um Concílio ecumênico da Igreja abordou o assunto comunicação, dando independência ao tema dentro da Igreja. Fez também um avanço em relação aos documentos anteriores, ao conferir à sociedade o direito à informação (IM, n.5), à escolha livre e pessoal, em vez de censura e da proibição (IM, n.9). Além de reconhecer que é dever de todos contribuir para a formação das dignas opiniões públicas (IM, n.8), o decreto assume os instrumentos de comunicação social como

indispensáveis para a ação pastoral. E ordena o Dia Mundial da Comunicação, o único indicado por um concílio da Igreja. (PUNTEL, 2010, p.45-46).

Em sua carta, publicada em 7 de maio de 1967, para lançar e celebrar o primeiro Dia Mundial das Comunicações Sociais, o Papa Paulo VI chama a atenção para os veículos de comunicação de massa, como o rádio, a televisão, a imprensa e o cinema:

Graças a essas maravilhosas técnicas, a convivência humana assumiu dimensões novas: o tempo e o espaço foram superados, e o homem tornou-se um cidadão do mundo, co-participante e testemunha dos acontecimentos mais distantes e das vicissitudes de toda a humanidade. Como disse o Concílio, "podemos falar de uma verdadeira transformação social e cultural, que tem os seus reflexos também na vida religiosa" (*Gaudium et spes*, Introdução): para esta transformação contribuíram positivamente os meios de comunicação social e, às vezes, de forma determinante, enquanto se esperam novos e surpreendentes progressos, como a próxima ligação em escala mundial das estações transmissoras da televisão, por meio dos satélites artificiais. (PAPA PAULO VI, 1967).

Na mesma carta, além de mencionar a contribuição dos meios de comunicação de massa para a transformação social ele faz um alerta sobre os perigos e prejuízos que esses mesmos instrumentos podem causar à sociedade quando não utilizados com responsabilidade:

Mas, se a grandiosidade do fenômeno, que atinge cada indivíduo e toda a comunidade humana, é motivo de admiração e de regozijo, torna-se, no entanto, motivo de preocupação e incerteza. Estes meios de comunicação, de fato, destinados pela sua natureza a espalhar o pensamento, a palavra, a imagem, a informação e a publicidade, enquanto influenciam a opinião pública e, conseqüentemente, o modo de pensar e agir de cada indivíduo e dos grupos sociais, exercem também uma pressão sobre os espíritos, que incide profundamente sobre a mentalidade e sobre a consciência do homem, impelido como ele é, e quase submerso, por muitas e contrastantes solicitações. Quem pode ignorar os perigos e os prejuízos que estes nobres instrumentos podem causar a cada pessoa e à sociedade, quando não são empregados pelo homem com sentido de responsabilidade, com reta intenção, e de conformidade com a ordem moral objetiva? (PAPA PAULO VI, 1967).

E, gradativamente, a Igreja Católica deu abertura à comunicação em sua forma mais plena, não mais como um instrumento de formação e influência mas como ferramenta de aproximação da sociedade. Tudo por meio da tecnologia da informação, da globalização, da *Internet* e da comunicação digital, produzindo conteúdos religiosos ou apenas fazendo-se notável, em um mundo em que há o pluralismo religioso, com a secularização cada vez mais presente.

O decreto *Inter Mirifica* do Concílio Vaticano II é resultado dessas mudanças sociais da Igreja e foi um marco para a abertura da comunicação da Igreja Católica. Porém, o decreto não acompanhou o grande avanço da comunicação após o período em que foi elaborado (1960 a 1962) e precisou ser atualizado frente às novas tecnologias de informação.

O assunto comunicação social e seus instrumentos de diálogo voltam a ser tema de debate entre o clero da Igreja Católica apenas em 1992, durante vigésimo aniversário da *Communio et Progressio*, com a elaboração da Instrução Pastoral *Aetatis Novae*, que mostra a importância de uma pastoral da comunicação, resultado da revolução tecnológica pela qual passou a comunicação.

Esse instrumento também demonstra a preocupação da Igreja Católica em utilizar as novas mídias em prol da humanidade, conforme descrito no documento:

Longe de propor que a Igreja deveria afastar-se ou isolar-se do interesse por esses acontecimentos, os Padres Conciliares viram a Igreja como presente verdadeiramente no centro do progresso humano, partilhando as experiências do resto da humanidade, procurando entendê-la à luz da fé. O povo de Deus fiel devia fazer um uso criativo das novas descobertas e tecnologias em benefício da humanidade e para o cumprimento do plano de Deus no mundo (...) e um sábio uso do potencial da “era do computador”, para servir a vocação humana e transcendente do homem e para dar assim glória ao Pai, do qual vêm todas as coisas boas (NA, n.5, 1992).

Em 2002 a Igreja Católica já não quis mais perder tempo frente à cultura midiática, por isso traçou novas diretrizes de evangelização, aproveitando-se das novas mídias. Neste momento, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais elabora mais dois documentos, um complementar ao outro, para orientação da Igreja Católica na era da comunicação digital, são eles: *Igreja e Internet* e *Ética na Internet*.

O Vaticano sentiu a necessidade de se pronunciar sobre o uso da *Internet* e mostrar que é de interesse da Igreja Católica fazer parte desse mundo virtual, conforme documento:

O interesse da Igreja pela Internet constitui uma particular expressão do seu antigo interesse pelos meios de comunicação social. Considerando os meios de comunicação como o resultado do processo histórico-científico, mediante o qual a humanidade foi “progredindo cada vez mais na descoberta dos recursos e dos valores contidos em tudo aquilo que foi criado”, a Igreja tem declarado com frequência a sua convicção de que eles são, em conformidade com as palavras do Concílio Vaticano II,

“maravilhosas invenções técnicas”, que já contribuem em grande medida para ir ao encontro das necessidades humanas e podem fazê-lo ainda mais. Desta forma, a Igreja tem feito uma abordagem fundamentalmente positiva dos meios de comunicação.

Citando a Carta Encíclica *Miranda prorsus* (1957), do Papa Pio XII, a Instrução Pastoral sobre os meios de comunicação social *Communio et progressio*, publicada em 1971, sublinhou que: “A Igreja encara estes meios de comunicação social como “dons de Deus” na medida em que, segundo a intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica”. Este continua a ser o nosso ponto de vista e esta é a visão que temos acerca da Internet. (Doc. Igreja e Internet, 2002).

Segundo Puntel (2008) foi o momento em que a Igreja Católica fez uma reflexão atualizada sobre as novas tecnologias. Ela ainda ressalta:

O documento *Igreja e Internet* divide-se em partes importantes.

Na introdução, considera os meios de comunicação social como resultado do progresso histórico-científico e os encara como dons de Deus na medida em que criam laços de solidariedade entre pessoas. O documento enfatiza, também, que tais meios constituem fatores sociais que têm um papel a desempenhar na história. Com especial referência à Internet, a Igreja encoraja o seu progresso e afirma a necessidade de procurar um diálogo honesto e respeitador com as pessoas responsáveis por tais técnicas. Importante considerar a atitude de a Igreja querer se colocar em diálogo para compreender sempre mais os meios de comunicação.

Na segunda parte, intitulada “Oportunidades e desafios”, a Igreja declara algo de suma importância, que demonstra sua compreensão da comunicação como algo que vai para além de um exercício técnico. Assim enfatiza que a educação e a formação constituem áreas de oportunidade e necessidade. (PUNTEL, 2010, p. 58-59).

Tanto o Decreto *Inter Mirifica* com seus 24 parágrafos, reforçando a importância da informação como sendo vital à sociedade, como o documento Instrução Pastoral *Aetatis Novae*, que propõe uma pastoral da comunicação, e os documentos *Igreja e Internet* e *Ética na Internet*, são essenciais para o ingresso da igreja na era digital, como a criação do site da Santa Sé em 30 de março de 1997 (www.vatican.va), e o envio do primeiro *e-mail* pontifício, em 2001 durante papado de João Paulo II.

Em sua mensagem em comemoração ao 35º dia mundial das comunicações sociais, em 27 de maio de 2001, o papa João Paulo II, reforça a importância da Igreja Católica se comunicar, utilizando inclusive as palavras de Jesus, conforme publicado e anunciado:

O tema que escolhi para o Dia Mundial das Comunicações de 2001 reflete as palavras do próprio Jesus. Não podia ser de outra forma, dado que é Jesus mesmo que anunciamos. Recordamos as suas palavras aos seus

primeiros discípulos: “O que vos digo na escuridão, repito-o à luz do dia, e o que escutais em segredo, proclamai-o sobre os telhados” (*Mt*10, 27). No segredo do nosso coração, escutamos a verdade de Jesus; agora, devemos proclamar está verdade sobre os telhados. (IOANNES PAULUS PP. II, 2001).

E reforça não apenas a importância da comunicação, mas a necessidade de a Igreja Católica acompanhar as tendências e levar a mensagem religiosa e propagar a doutrina para um maior número de pessoas, aproveitando esse novo fenômeno mundial. Em seu discurso complementa:

Portanto, a Igreja não pode deixar de estar cada vez mais profundamente comprometida no nascente mundo das comunicações. A rede global das comunicações está a crescer e a tornar-se cada vez mais complexa, e os *mass media* têm um efeito sempre mais visível sobre a cultura e a sua transmissão. Enquanto outrora eram os *mass media* que apresentavam os eventos, agora os acontecimentos são com frequência modelados a fim de corresponder aos requisitos dos meios de comunicação. Assim, a relação entre a realidade e os *mass media* tornou-se mais complicada, e este é um fenômeno profundamente ambivalente. Por um lado, ele pode matizar a distinção entre verdade e ilusão; mas, por outro, pode criar oportunidades sem precedentes para tornar a verdade mais vastamente acessível a um maior número de pessoas. A tarefa da Igreja consiste em assegurar que é a segunda eventualidade que realmente se verifica. (IOANNES PAULUS PP. II, 2001).

Já em 2011, Sua Santidade, o Papa Bento XVI, aproxima mais a Igreja Católica da revolução digital, com a criação do portal *News.va* e o uso do *Twitter*, que marca o primeiro “tuíte” papal da história, com uma mensagem simples e objetiva, escrita em inglês, na qual ele buscava uma aproximação com o mundo secularizado e não apenas com os católicos, conforme registrado, em 28 de junho de 2011: “Queridos amigos, eu acabei de lançar *New.va* Louvado seja nosso Senhor Jesus Cristo! Com minhas orações e bênçãos, Bento XVI (tradução minha)¹.”

Esta simples mensagem, sem conteúdo religioso, demonstra que a Igreja Católica começa a se inserir na sociedade contemporânea, por meio da nova comunicação, as mídias sociais, utilizando-se dos recursos mais modernos, da tecnologia, do idioma universal, o inglês, mostrando a preocupação em falar um idioma de domínio mundial, deixando de lado as formalidades e tradições católicas para se inserir em um mundo contemporâneo e secularizado. A igreja precisa

¹ Dear Friends, I just launched *New.va* Praised be our Lord Jesus Christ! With my prayers and blessings, Benedictus XVI.

mostrar que ela está atualizada, que acompanha as tendências, que está caminhando junto com a sociedade.

Segundo Puntel (2008), a Igreja Católica começa a expressar-se com mais clareza a respeito do impacto que as novas mídias têm na construção social, conforme menciona a autora em seu livro:

Mesmo no que diz respeito aos *new media*, a Igreja começa a expressar-se com mais clareza a respeito do impacto que eles têm na construção social, tanto que a Igreja passa a refletir sobre a comunicação não mais de forma restrita ou somente como “meios” ou “instrumentos” (isolados) a serem usados ou dos quais precaver. Mas refere-se a um “ambiente”, no qual estamos imersos e do qual participamos. Trata-se de uma cultura. A cultura midiática. (PUNTEL, 2008, p. 131).

A igreja abre-se às necessidades sociais e percebe na comunicação um instrumento fundamental para a disseminação da mensagem religiosa, para a aproximação com os públicos, para influenciar a opinião pública e, principalmente, para fazer parte da sociedade em que está inserida. Além disso, percebe na comunicação uma forma de fortalecer sua própria missão, e se adequar às mudanças sociais, conforme reforça Puntel em sua obra *Cultura Midiática e Igreja – uma nova ambiência*:

Falar de comunicação como espaço sociocultural para se realizar a evangelização do mundo contemporâneo significa abordar, sobretudo, um contexto de sociedade, que se transforma em uma velocidade alucinante, marcada pelo avanços tecnológicos, sobretudo pela era digital, que provoca mudanças sociais e de costumes, em que o mundo das comunicações se apresenta como uma área de grande importância a ser refletida pela Igreja. (PUNTEL, 2008, p. 133).

A comunicação passa a transformar o modo como pessoas e instituições se relacionam em sociedade, deixa de ser um instrumento agregador e se transforma em um modo de vida, modificando as transações comerciais, econômicas, políticas, educacionais e até familiares. Criou-se um novo estilo de vida. A evolução da sociedade está muito alinhada com a evolução das comunicações. Uma sociedade que não acompanha as mudanças comunicacionais possivelmente sofrerá alguns prejuízos. Tornou-se necessária a comunicação em sua tendência, é o que enfatiza Puntel:

Aceitar a comunicação como cultura, porém, requer uma mudança de

mentalidade, de método, de ação. A percepção do mundo mudou. Mudaram as formas de trabalhar, de produzir. Mentalidade e método, entendidos como cultura, e como fenômeno que está relacionado com tantos outros aspectos da cultura, como economia, política, devem também entrar no processo de mudança no viver, no atuar, no evangelizar. Quando se diz que a comunicação é uma cultura, não queremos dizer que seja uma ideologia, mas sim um aspecto fundamental da sociedade, uma mentalidade e um método em conexão com um conjunto de outros aspectos da sociedade. (PUNTEL, 2010, p. 88).

Para a pesquisadora é necessário aceitar a comunicação como cultura, já que ignorar este fato ou rejeitá-lo poderá trazer consequências irreparáveis. Em seu artigo para o site *relipress.org*, a autora reforça que é impossível separar as novas mídias, chamadas mídias sociais, da sociedade, conforme publicado em 2016:

Vivemos, então, uma “revolução”, que se chama, hoje, a “revolução digital”, ocasionada especialmente pelos *social media* – expressão que já se tornou comum e incorporada no nosso vocabulário, justamente porque já não é possível separar mídia, sociedade e mundo. (PUNTEL, 2016).

O Concílio Vaticano II (1962-1965), convocado pelo Papa João XXIII, promoveu a abertura da comunicação da Igreja Católica, entre outras questões, também incentivou padres e bispos a se adequarem às necessidades e à realidade da sociedade. Aproveitando esse momento, alguns religiosos iniciaram uma mudança na sua forma de evangelizar, adaptando-se às mudanças culturais e sociais.

O estudo realizado por Puntel em 2010 sobre a cultura midiática eclesial e a necessidade da Igreja Católica de se inserir nesta nova cultura de comunicação reforça este contexto.

As mídias sociais passaram a ser aliadas de igrejas e personalidades religiosas que passaram a utilizá-las com frequência para se legitimarem, se fortalecerem e atingirem inúmeras pessoas em tempo recorde.

O Papa Bento XVI reforça esta força das novas mídias inclusive em seu discurso de despedida, após sua renúncia ao papado, e retoma o Concílio Vaticano II:

Falando décadas depois do Concílio, Bento XVI percebia, nas entrelinhas de seu discurso, o papel do fenômeno da midiaticização nos próprios processos internos e externos de significação da Igreja, não apenas em termos de expansão do alcance do Concílio (“acessível a todos”,

“predominante”), mas também de reconstrução social do evento (“o mais eficiente”). Assim, apontava para o risco central do ponto de vista institucional: “a descentralização da Igreja”, devido a uma “hermenêutica política” dos jornalistas, que defendiam um maior peso ao “poder do povo”, dos leigos”. (SBARDELOTTO 2017, p. 40).

O pesquisador Sbardelotto também comenta sobre como é para a Igreja Católica se posicionar nessa arena pública chamada internet:

Se o catolicismo, especificamente, com sua estrutura de caráter performativo, já tem um potencial de incorporar a diversidade, ao se posicionar em uma arena pública como a *internet* e suas redes, coloca-se em uma encruzilhada ainda mais complexa de discursos outros, inclusive que não lhe pertencem e lhe escapam. (SBARDELOTTO, 2017 p. 32).

E ele vai além, em seus estudos, o autor faz uma análise histórica do Cristianismo primitivo. Um levantamento dos diversos processos comunicacionais que moldaram a evolução ao longo da história e que é irreversível:

Não se trata de um desenvolvimento gradual e linear, mas de uma evolução em processos de mudança históricos, heterogêneos e irreversíveis, não tanto mediante uma seleção natural, mas sim por meio de uma seleção social em relação a aspectos tecnológicos, simbólicos, culturais. (SBARDELOTTO, 2017, p.69).

Para Thompson (2008) esta nova realidade: as mídias comunicacionais não se restringem aos aparatos técnicos usados para transmitir informações de um indivíduo a outro enquanto a relação entre eles permanece inalterada; ao contrário, usando as mídias comunicacionais, “novas” formas de agir e interagir são criadas considerando-se suas propriedades distintivas específicas.

As instituições, sejam elas, as famílias, as empresas, as igrejas, as escolas, enfim, todo o corpo social, passaram a utilizar-se das mídias sociais como forma de interação social entre seus grupos, fomentando debates, incentivando a liberdade de expressão, a troca de informações rápida, atingido um alcance imensurável. Mais do que a integração social ela também permite o diálogo e uma exposição antes nunca vista. Pode-se dizer que foi uma transformação nas relações. O mundo virtual fortalece a individualidade. Dá voz aos mais contidos e reservados que se sentem propulsionados atrás de uma tela de computador ou de um celular. Proporciona o sentimento de poder e também oferece uma viagem pelo mundo em fração de segundos. Constrói e destrói relacionamentos com a mesma

velocidade. O mundo cibernético aceita tudo, mas ao mesmo tempo, reprova com a mesma agilidade.

Para Terra (2011), as mídias sociais alteram e tendem a modificar ainda mais a forma como pessoas, instituições e comunicadores se relacionam, conforme descreve:

A mídia social tem como características o formato de conversação e não de monólogo; procura facilitar a discussão bidirecional e evitar a moderação e a censura; tem como protagonistas as pessoas e não as empresas ou marcas, isto é, quem controla sua interação com as corporações são os próprios usuários; tem como principais valores a honestidade e a transparência; e privilegia a distribuição em vez da centralização, uma vez que têm diversos interlocutores que tornam a informação heterogênea e rica. Diante desta perspectiva, a tecnologia da informação passou a fazer parte da atividade de comunicação organizacional e da mídia, o que alterou e ainda vai modificar mais a relação entre corporações, comunicadores e públicos. Na rede, cidadãos (com acesso à web) se expressam e compartilham conteúdos, partilhando do poder de comunicar, antes exclusivo das grandes organizações ou dos conglomerados de mídia, com os públicos. (TERRA, 2011, p. 2-3).

Fica evidente que a comunicação virtual contribui com a integração social, pois ela é um instrumento de aproximação e possibilita relacionamentos. Este espaço cibernético proporciona a coletividade, a interação das pessoas e das instituições em um espaço único, onde o sagrado e o profano se encontram, afinal, pode-se encontrar na mesma página mensagens religiosas e conteúdos profanos, inclusive discursos de ódio. A rede é democrática. Permite um debate religioso ou não religioso, a presença de diversas religiões que reforça o pluralismo religioso, está aberta aos questionamentos, inclusive facilita a criação dos templos virtuais.

Percebe-se que a comunicação midiática tem estabelecido um interessante diálogo com as pessoas e com as instituições religiosas e vem contribuindo com uma transformação social e religiosa, conforme descrito:

Sendo uma nova mídia para exposição e organização da religião, a Internet pressupõe uma série de transformações. Em primeiro lugar, diversos materiais tradicionais e de difícil acesso são disponibilizados, em um fenômeno semelhante ao da invenção da impressão dos livros, algo que democratiza o acesso à informação e dificulta seu controle hierárquico ou esotérico. Por outro lado, como a Internet também é um meio barato e livre, contata-se grande quantidade de falsas informações veiculadas. Mesmo que a Internet apresente uma quantidade imensa de textos, imagens e mesmo de sons e filmes que documentam muito das práticas religiosas contemporâneas e tradicionais, é essencial lidar criticamente com essas informações.

Do ponto de vista doutrinal, visões religiosas se fundem facilmente na Internet devido à possibilidade de livre expressão individual e de acesso *on-line* a praticamente todas as religiões. (SHOJI, 2012, p. 243-244).

Essa abertura global, de fácil acesso e navegação, abre espaço também para que mensagens falsas e inverdades circulem, as chamadas *fake news*, e se propaguem com uma velocidade *luz*, pois a rede aceita “tudo”. Essa controvérsia proporcionada pelo mundo virtual, lugar onde circulam as mensagens do bem e do mal, positivas e negativas, também foi discutida no artigo 2, do documento *Ética e Religião* redigido pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, além da preocupação com o pluralismo religioso, quando a própria Igreja Católica observa a importância de se comunicar com todos os grupos religiosos, e que a Internet facilitará este diálogo, conforme descrito:

A Internet é o mais recente e, sob muitos pontos de vista, o mais poderoso de uma série de instrumentos de comunicação — telégrafo, telefone, rádio e televisão — que, para muitas pessoas ao longo do último século e meio, eliminaram gradualmente o tempo e o espaço como obstáculos para a comunicação. Ela tem consequências enormes para os indivíduos, as nações e o mundo em geral. Neste documento, desejamos expor uma perspectiva católica a respeito da Internet, como ponto de partida para a participação da Igreja no diálogo com os outros sectores da sociedade, especialmente com os outros grupos religiosos, no que se refere ao desenvolvimento e à utilização deste maravilhoso instrumento tecnológico. Atualmente, a Internet está a ser usada de várias formas positivas, com a promessa de muitas mais, mas a sua utilização imprópria pode causar também um grande prejuízo. Qual será o seu uso, positivo ou negativo, é em grande medida uma questão de escolha — uma opção em relação à qual a Igreja contribui com dois elementos de enorme importância: o seu compromisso em benefício da dignidade da pessoa humana e a sua longa tradição de sabedoria moral. (IOANNES PAULUS PP. II, 2001).

A presença das mídias sociais na sociedade contemporânea parece ser um movimento sem volta. Ela invadiu a vida das pessoas, de todas as faixas etárias, todos os gêneros e classes sociais. Pessoas e instituições estão conectadas a todo momento. Quem não interage no ciberespaço parece viver em outro mundo, ou melhor, fora do mundo. Mas a rede virtual também é ingrata e permite uma exposição de sentimentos e informações sem filtros, muitas vezes não fundamentados ou mal colocados, que causam conflitos na sociedade, entre pessoas comuns, personalidades e até entre as instituições. É um instrumento de aproximação, sem dúvidas, mas dependendo da utilização pode causar repulsa, problemas de relacionamentos e inclusive provocar o afastamento dos que estão

mais próximos, já que há pessoas vivendo isoladas em seu mundo virtual. É uma ferramenta útil que veio agregar, facilitar, agilizar, mas precisa e deve ser bem utilizada.

Novamente retomando o discurso papal de Joao Paulo II, para comemorar o 35º dia mundial das comunicações sociais, com o tema: *Anunciado do cimo dos telhados: o Evangelho na era da comunicação global*, fica evidente que, por mais que haja a circulação de mensagens profanas e inverdades, as mídias sociais oferecem oportunidades para a Igreja e facilitam a proclamação da verdade. Parte de seu discurso reforça este conceito:

Contudo, por mais que o mundo dos *mass media* possa às vezes parecer separado da mensagem cristã, ele também oferece oportunidades singulares para a proclamação da verdade salvífica de Cristo à inteira família humana. Considerem-se, por exemplo, as transmissões satelitares das cerimónias religiosas que com frequência atingem um auditório global, ou as capacidades positivas da Internet de transmitir informações religiosas e ensinamentos para além de todas as barreiras e fronteiras. Um auditório tão vasto estaria além das imaginações mais ousadas daqueles que anunciaram o Evangelho antes de nós. Portanto, no nosso tempo é necessário que a Igreja se empenhe de maneira ativa e criativa nos *mass media*. Os católicos não deveriam ter medo de abrir as portas da comunicação social a Cristo, de tal forma que a sua Boa Nova possa ser ouvida sobre os telhados do mundo! (IOANNES PAULUS PP. II, 2001).

As igrejas, formadas por pessoas, também foram invadidas pelas mídias sociais, sem distinção de credo ou religião. Na Igreja Católica o tema passou a ser mencionado inclusive em homilias, tamanha a sua relevância social.

O próximo capítulo abordará as mudanças significativas da Igreja Católica provocadas pelo movimento da Renovação Carismática e sua projeção no Brasil, principalmente com uma abordagem na sua contribuição à comunicação da Igreja Católica.

A Renovação Carismática Católica (RCC), surgiu nos Estados Unidos, no final da década de 60, como uma reação da Igreja Católica, para se adequar às necessidades sociais, pautada nos moldes neopentecostais e se espalhou pelo mundo.

Foi na década de 80 que o movimento da RCC se consolidou no Brasil, mas foi nos anos 90 que a Renovação Carismática ganhou força e visibilidade, principalmente com a emergência dos padres cantores, os *showmissas* que atraíram milhões de fiéis, os barzinhos de Jesus e a expansão da comunicação midiática da Igreja Católica.

2 Renovação Carismática e a Comunicação da Igreja Católica

Este capítulo aborda o movimento católico pentecostal, que deu origem à Renovação Carismática Católica, RCC, e principalmente o desenvolvimento e a abertura da comunicação da Igreja Católica após o Concílio Vaticano II, com foco na utilização dos veículos de comunicação de massa e na presença dos padres cantores.

Reforça a legitimidade que a RCC ganhou com o Concílio Vaticano II, que tratou entre outras questões, a necessidade de renovação da Igreja e a necessidade de comunicação. Inclusive com a elaboração de uma instrução pastoral para tornar efetivos esses princípios relativos aos meios de comunicação social. Como já mencionado no capítulo anterior, esse concílio foi uma das mudanças contemporâneas mais significativas da Igreja Católica.

O objetivo desse capítulo é demonstrar a relação entre RCC e o avanço na utilização dos meios de comunicação social pela Igreja Católica, possibilitada pela nova orientação da Igreja, a partir do Concílio Vaticano II.

Para Prandi (1998), toda a face do catolicismo do século XX ficará marcada pela grande vontade de mudança que representou o Vaticano II, expressão de atualidade e modernidade.

Para entender essa nova forma de comunicação da Igreja Católica se faz necessário associá-la a esses importantes acontecimentos que marcaram e ainda marcam a vida da Igreja: o Concílio Vaticano II, que deu abertura para o movimento da renovação e oficializou a importância da comunicação entre Igreja e seus fiéis; e o próprio movimento da Renovação Carismática que modificou a forma de se comunicar da igreja, seja pela postura e exposição dos padres em veículos de comunicação de massa ou pela forma em que os fiéis se comportavam e propagavam a fé cristã.

Na verdade, o Concílio gerou oportunidades para a igreja e oficializou algumas ideias e práticas que já disseminavam dentro da própria Igreja Católica.

A Renovação Carismática também proporcionou novas oportunidades a jovens padres que se identificaram com esta vivência religiosa mais emocional, e transformou também a forma como os fiéis exerciam sua fé e a prática religiosa na qual passaram a utilizar uma nova forma de expressão; braços para o alto, músicas

ritmadas, celebração de missas fora do ambiente religioso. Enfim, uma nova prática que veio ao encontro da necessidade de renovação da Igreja Católica que precisava manter seus fiéis e atrair novos adeptos à religião, de forma a aproximar o clero à comunidade cristã, principalmente os mais jovens.

Para melhor compreensão dessa evolução da comunicação da Igreja Católica, foram abordados alguns marcos relacionados à comunicação da Igreja até a chegada das mídias sociais, que modificaram a forma tradicional de comunicação “emissor x receptor” que, na sociedade contemporânea, fazem com que todos sejam protagonistas da comunicação.

Mais do que a abordagem sobre a comunicação da Igreja Católica e a utilização das mídias sociais, este capítulo aborda o processo dessa midiatização social dentro das igrejas, já que o mundo está conectado em redes e o conteúdo de qualquer mensagem é disseminado em instantes a um alcance imensurável de pessoas em todo o mundo. Não se tem mais domínio e não existem mais fronteiras. A *Internet* é o lugar onde bilhões de pessoas se encontram e se conectam diariamente por diversas razões, 24 horas por dia. Essa abertura, abrangência e consolidação da Internet também foram estudados:

Bilhões de pessoas tornam-se usuários da internet no mundo, e outros tantos bilhões assinantes de telefonia móvel. Isto mostra que estes são tempos em que a internet se consolidou como a estrutura aberta para acesso e disseminação de conteúdo. (CUNHA, 2017, p. 186).

Para melhor compreensão do assunto, este capítulo foi dividido em subtemas que abordaram a RCC em três tópicos: origem e comunicação, os padres cantores e as mídias sociais.

Para elaboração desse capítulo foram realizadas pesquisas bibliográficas, tanto para análise do Concílio Vaticano, da Renovação Carismática como da comunicação da Igreja Católica no ambiente digital.

As obras de Reginaldo Prandi e Brenda Carranza, estudiosos da Renovação Carismática, muito contribuíram para o referencial teórico desse capítulo. Enquanto que Luís Mauro Sá Martino e Moisés Sbardelotto, foram referenciais para o entendimento da comunicação da igreja Católica nas mídias sociais.

Percebe-se que tanto a RCC com sua nova forma de se aproximar dos

fiéis quanto a utilização da comunicação de forma mais efetiva tornaram-se aliadas da Igreja Católica na tentativa de fortalecer a instituição e se destacar perante às demais religiões. Neste contexto, as mídias sociais chegaram para contribuir com essa realidade.

Neste capítulo foram analisados esses marcos que influenciaram a abertura e as mudanças da Igreja Católica desde o Concílio Vaticano II, chegando às mídias sociais.

2.1 Renovação Carismática Católica: do nascimento aos holofotes da comunicação de massa

O Movimento Católico Pentecostal começou em Pittsburgh, Pensilvânia, nos Estados Unidos, na Universidade de Duquesne, dirigida pela fundação "Padres do Espírito Santo", e foi liderado principalmente pelos professores Ralph Kefer e Bill Storey, em 1966 e expandiu-se para o mundo ocidental como resposta à necessidade da Igreja Católica de reconquistar seus fiéis indecisos e aqueles que abandonaram a igreja por outras práticas religiosas ou não. Era preciso encontrar uma nova maneira de evangelizar, era preciso renovar.

A Renovação Carismática desperta os católicos que se afastaram da Igreja, fazendo-os sentir um prazer espiritual:

A RCC acordou muitos fiéis de religiosidade adormecida pelo cotidiano anódino da vida cristã. Confeccionou hinário festivo e jovial, trazendo fervor e alegria às celebrações. Retoma a dimensão sagrada perdida, ao empapar de nova religiosidade o cenário cultural. Reage ao movimento modernizante e secularizante na Igreja na esteira do Concílio Vaticano II. Ao dizer-se "carismática", ela se remete à experiência dos dons do Espírito Santo que abundaram na Igreja nascente, como S. Paulo retrata na epístola aos Coríntios. Valorizam-se nela experiências entusiásticas que apelam diretamente à emoção.

Parte da força de sedução vem-lhe dos *encontros comunitários*, esporádicos ou regulares. Alternam reuniões de grupos menores com megaeventos em estádios. As pessoas não se vinculam necessariamente entre si, mas valorizam a própria experiência do prazer espiritual. Nisso se mostram bem pós-modernas, embora o enquadramento teológico e moral ressurda tradicionalismo. A convivência nos encontros de oração não rompe facilmente o individualismo atual. Espiritualiza-o, deixando intocado o sistema capitalista consumista e materialista. (LIBANIO, 2011, p.48 e 49).

E não foi por acaso que este movimento se iniciou. A Igreja Católica passava por transformações, que foram discutidas no Concílio, que enfatizavam

entre outros assuntos, a necessidade de uma renovação na Igreja, tanto na liturgia como na forma como a Igreja se relacionava com a sociedade:

Na Igreja Católica ocorria grande transformação: o Concílio Vaticano II (*aggiornamento*), o qual teve efeitos imediatos na Igreja como um todo e nas Igrejas particulares (dioceses). Dentre as propostas do Vaticano II, enfatizaram-se a renovação litúrgica e bíblica, a revisão da função do leigo e na Igreja, a procura de novas relações entre a Igreja e a sociedade moderna e outras religiões. (CARRANZA, 2000, p.27).

O movimento da Renovação Carismática Católica, iniciado em 1966, está inserido no movimento pentecostal, que resgata a dimensão emocional da vivência da fé. O pentecostalismo, iniciado nos Estados Unidos teve como marco o avivamento da Rua Azusa, em Los Angeles, em 1906, e tem como principal característica o batismo pelo Espírito Santo, a liberdade na forma de adoração e o falar em línguas quando em transe religioso, a chamada glossolalia. É a manifestação do entusiasmo religioso:

Assim como ocorre em outras religiões, o cristianismo tem, ao longo da sua história, testemunhado muitas vezes em suas fileiras a ocorrência de manifestações de entusiasmo religioso, em especial os movimentos chamados carismáticos. O termo “entusiasmo” (do grego *en* = “em” e *theós* = “Deus”) aponta para situações em que as pessoas afirmam receber revelações diretas de Deus, muitas vezes acompanhadas de êxtases místicos, visões e outros fenômenos associados a uma experiência religiosa de grande fervor e intensidade.

Por sua vez, a palavra “carismático” lembra os carismas ou dons espirituais mencionados no Novo Testamento, particularmente aqueles extraordinários ou espetaculares, tais como profecias, línguas estranhas, curas e milagres diversos. (MATOS, 2006, p. 25).

No Brasil o pentecostalismo americano chegou rapidamente, com a implantação da igreja Congregação Cristã no Brasil em 1910, e a Assembleia de Deus em 1911, atraindo inicialmente pessoas de classes sociais e financeiras menos favorecidas. Por este motivo as igrejas estavam localizadas principalmente nas zonas periféricas das grandes cidades.

Em pouco tempo o pentecostalismo foi se consolidando e atraindo diversas pessoas no Brasil e, com isso, surgiram novas igrejas: Evangelho Quadrangular, em 1951, a Igreja Evangélica Pentecostal O Brasil para Cristo em 1955 e a Pentecostal Deus é Amor, em 1962.

A igreja Quadrangular também trouxe dos Estados Unidos uma forma

diferenciada de se comunicar com seus fiéis, abrindo portas para as outras igrejas que perceberam a importância da comunicação.

O surgimento do pentecostalismo católico chegou muito mais tarde. A Renovação Carismática Católica deu-se um ano após o término do Concílio Vaticano II (1962-1965), já que aconteceu no final da mesma década e se espalhou pelo mundo.

A renovação da Igreja era um dos objetivos do Concílio Vaticano II e também do movimento da RCC, conforme pode ser analisado nos documentos da história da RCC Brasil:

A Renovação Carismática apareceu na Igreja Católica no momento em que se começava a procurar caminhos para pôr em prática a renovação da Igreja, desejada, ordenada e inaugurada pelo Concílio Vaticano II. (RENOVAÇÃO CARISMÁTICA, 2011, p.2).

No Brasil surgiram também as Comunidades Eclesiais de Base - CEBs que, apesar de objetivos antagônicos à RCC, também buscavam no Concílio a sua origem. Em sua obra Prandi diz que o Vaticano II foi o motor desses dois movimentos que passaram a Igreja Católica:

O Vaticano II é certamente o emblema do que existe de mais significativo na vida da Igreja contemporânea. Encontrar nele raízes é, para cada movimento, fonte de prestígio e legitimidade. “O Vaticano II foi o motor de toda essa mudança; foi quem sistematizou. Sempre houve, na Igreja, teólogos, pastores e leigos que assumiram uma posição dialética, em favor dos oprimidos, mas foi só a partir do Vaticano II que essa posição tornou-se oficial e as atitudes foram sendo sistematizadas”, afirma dom José Maria Pires, arcebispo negro de João Pessoa e um dos expoentes da Igreja popular. “O que fez com que eu me colocasse ao lado do povo foi o Vaticano II”, complementa o bispo, carinhosamente chamado dom Pelé (Mainwaring, 1989).

Para os carismáticos não é diferente. Na cartilha *Renovação Carismática Católica: O que é?* afirma-se que “podemos dizer que João XVIII foi o precursor da Renovação Carismática [...] O Concílio foi o início do Pentecostes que hoje se vê realizar em toda a Igreja”. (CNS, s/d). (PRANDI, 1998, p.30-31).

O Concílio Vaticano II deu legitimidade ao movimento que contou também com o apoio dos papas que endossaram a RCC e foram fundamentais para o entendimento do crescimento e da rápida expansão da Renovação Carismática Católica. Carranza (2000) aponta o reconhecimento internacional da RCC, outorgado pelo Papa Paulo VI em 1973:

A legitimidade da RCC começou a ser perfilada quando ela obteve o reconhecimento internacional de Paulo VI, em 1973. O Papa dirigiu um discurso de aprovação dos meios e propósitos do Movimento aos representantes internacionais congregados em Roma (Doc. *Os Papas Falam*, 1992, p.6). Posteriormente, João Paulo II ratificou essa aprovação em audiência privada com membros do Conselho Internacional no dia 11/12/1979 (Doc. *Os Papas Falam*, 1992, p.23). (CARRANZA, 2000, p.27, 28).

A expressividade, abrangência e a nova forma de propagar o evangelho, por meio do carisma, fizeram com que a RCC fosse considerada um movimento sem volta, conforme ilustrado:

Dentro da Igreja Católica isso representou uma legitimação da RCC e que permitiu a seus fundadores afirmarem que *“a Renovação Carismática é um acontecimento religioso que já não se pode desconhecer. Nascido na Igreja e para a Igreja, em apenas 20 anos, assumiu proporção tão expressiva que se estendeu ao mundo inteiro”* (Juanes, 1994, p.17). (CARRANZA, 2000, p.27, 28).

A comunicação, principalmente por meio dos veículos de comunicação de massa, contribuiu com a expansão e o fortalecimento da Renovação Carismática e da competição religiosa no Brasil.

Como se sabe, foi a primeira vez que o tema comunicação foi contemplado em um concílio, o que já dá legitimidade e valorização ao assunto em questão. Apesar disso, a Igreja Católica foi se comunicando a passos lentos, acompanhando gradualmente as mudanças e tentando se adequar às rápidas inovações tecnológicas.

A RCC se autocompreende como um movimento e está em sintonia com a convocação do Papa João XXIII (1961). O Concílio foi um convite à igreja para uma renovação, a qual ele chama de um Novo Pentecostes. Na constituição Apostólica de 25 de dezembro de 1961, Sua Santidade convoca o Concílio Vaticano II:

Repita-se, assim, na família cristã, o espetáculo dos apóstolos reunidos em Jerusalém, depois da ascensão de Jesus aos céus, quando a Igreja nascente se encontrou toda unida em comunhão de pensamento e de oração com Pedro e ao redor de Pedro, pastor dos cordeiros e das ovelhas. E digne-se o Divino Espírito ouvir da maneira mais consoladora a oração que todos os dias sobe de todos os recantos da terra: “renova em nossos dias como que os prodígios dum Novo Pentecostes, e concede que a Igreja santa, reunida em unânime e mais intensa oração com Maria, mãe de Jesus, e guiada por Pedro, difunda o reino do divino salvado, que

é reino de verdade, de justiça, de amor e de paz. Assim seja.”. (JOÃO XXIII, 1961).

Essa necessidade de renovação litúrgica também é mencionada no prólogo da Constituição Conciliar *Sacrosanctum Concilium*, conforme seu artigo primeiro:

O sagrado Concílio propõe-se fomentar a vida cristã entre os fiéis, adaptar melhor às necessidades do nosso tempo as instituições susceptíveis de mudança, promover tudo o que pode ajudar à união de todos os crentes em Cristo, e fortalecer o que pode contribuir para chamar a todos ao seio da Igreja. Julga, por isso, dever também interessar-se de modo particular pela reforma e incremento da Liturgia. (PAPA PAULO VI, 1963).

O fato que marca oficialmente o início da Renovação Carismática Católica ou Pentecostalismo Católico foi o retiro espiritual realizado na universidade de Duquesne, nos Estados Unidos, em fevereiro de 1967.

Um ano depois acontecia o primeiro congresso nacional, com a presença de aproximadamente 100 participantes, mas o movimento foi crescendo com grande expressividade, em cinco anos, já realizava seu primeiro congresso internacional e alcançava um número de 25.000 pessoas, conforme relatado no portal da Renovação Carismática no Brasil:

Já em 1968 foi realizado nos EUA o primeiro congresso nacional, com 100 participantes; em 1969, 300; em 1970, 1.300; em junho de 1971, 5.000 e em 1972, 12.000.

Em 1973, aconteceu o primeiro congresso internacional em South-Bend, Indiana, contando com 25.000 participantes e outro em Roma, com 120 líderes de 34 países; em 1974, o segundo Congresso Internacional, em South Bend, reuniu 30.000 participantes vindos de 35 países, estando presentes 700 padres e 15 bispos. Em Roma houve, em 1974, um segundo Congresso, com 220 líderes, vindos de 50 diferentes países. Foi uma preparação para o terceiro Congresso Internacional, realizado de 16 a 19 de maio de 1975, que reuniu 10.000 participantes provenientes de 54 países. (RENOVAÇÃO CARISMÁTICA, 2011, p.6).

O movimento rapidamente se espalhou pelo mundo. Pode-se dizer que foi na década de 70 que apareceram e floresceram muitas comunidades carismáticas, conforme os dados históricos divulgados no portal da RCC brasileira:

Entre os anos de 1970 – 80 a Renovação já estava presente em outros países de língua inglesa (Inglaterra, 1970-71; Austrália, 1970; Nova Zelândia, 1971) bem como da Europa Ocidental (França 1971-72; Bélgica, 1972; Alemanha, 1972; Itália, 1973; Espanha 1973-74; Portugal, 1974). Na Europa Oriental, a Renovação chegou apenas na Polônia (1976-77), já na América Latina, na maioria dos países, ela chegou entre 1970-74, quando também apareceu em países da Ásia, como Coreia (1971) e Índia

(1972). Foi durante esta década que apareceram muitas comunidades carismáticas. Os países onde elas inicialmente floresceram foram os Estados Unidos, França e Austrália. Delas as mais influentes foram: Word of God, Ann Harbor, Michigan (EUA); People of Praise, South Bend, Indiana (EUA); Aleluia, Augusta, Geórgia (EUA); Emmanuel, Brisbane (Austrália); Emmanuel, Paris (França); Chemim Neuf, Lyon (França); e Leão de Judá (mais tarde chamada de Beatitudes), Cordes (França). Essas comunidades tornaram-se responsáveis por organizarem muitos dos serviços da Renovação, tais como retiros, congressos e revistas de divulgação, onde destacam-se: a New Covenant (EUA), Il Est Vivant (França) e Feu et Lumière (França)(20). (RENOVAÇÃO CARISMÁTICA, 2011, p.6-7).

Esse retiro realizado na Universidade de Duquesne, constituir-se-ia numa referência histórica para os membros da RCC e foi identificado como o momento do nascimento do movimento, que instantaneamente conquistou o mundo, conforme mencionado:

É nessa revivescência pós-conciliar que surge o movimento de Renovação Carismática (RCC), como uma inflexão do catolicismo que rege diante da pós-modernidade, oferecendo uma nova subjetividade religiosa pautada nos moldes neopentecostais de emotividade e como uma agência moderna de aflição. Nascida nos Estados Unidos no final da década de 60, a RCC espalhou-se rapidamente pelos continentes, chegando ao Brasil em 1969. (CARRANZA, 2000, p.16).

Uma das participantes deste retiro relata o quanto sentiu-se tocada pelo Espírito Santo e demonstra em suas palavras a força daquele momento que iria mudar sua vida espiritual, conforme seu depoimento:

Talvez eu lhe tenha mencionado que sou membro de um grupo de estudo das Escrituras no campus de Duquesne. Tivemos um fim-de-semana de estudos em 17-19 de fevereiro. Em preparação, lemos os capítulos de 1 a 4 dos Atos dos Apóstolos e um livro intitulado A Cruz e o Punhal, de David Wilkerson. Eu estava impressionada pelo poder do Espírito Santo e pela força e coragem com que os apóstolos foram capazes de espalhar as boas novas depois de Pentecostes. Naturalmente pensei que o fim-de-semana seria útil, mas devo admitir que nunca pensei que iria mudar minha vida! [...] No sábado à noite nós deveríamos ter uma festa de aniversário para algumas das crianças, mas as coisas aconteceram de forma inesperada. Um por um nós éramos arrastados para a capela [isto é, abandonavam o lugar da festa e subiam para orar] e recebíamos o que é chamado, no Novo Testamento, de batismo no Espírito Santo. Aconteceu a pessoas diferentes de formas diferentes. Eu fui tocada por uma profunda consciência de que Deus é real e que Ele nos ama. Orações saíam de meus lábios de uma forma que eu nunca tinha tido coragem de pronunciar tão alto. Conheço agora o que Claudel queria dizer com 'uma voz por dentro que é mais nós mesmos do que nós somos'. Este não foi somente um bom fim-de-semana, mas verdadeiramente uma experiência de mudança de vida que tem continuado e se espalhado e crescido. (MANSFIELD, 1995, p 3).

A RCC recebeu apoio de papas que reforçaram a importância desse movimento para a Igreja Católica, e ratificaram a necessidade dessa renovação. O Papa Paulo VI endossou a RCC, quando em 1973, fez um reconhecimento internacional do movimento e o Papa João Paulo II, em 1979 durante audiência privada com membros do Conselho Internacional.

Esses apoios papais foram fundamentais para que a Renovação Carismática se firmasse como um movimento contínuo, que transformaria a forma de se relacionar com seus fiéis e transmitir a mensagem religiosa.

Esse apoio do Vaticano foi mencionado no livro *Um Sopro do Espírito*, conforme segue:

O incentivo político de Roma e o financeiro das associações internacionais facilitavam o caminho. Na mesma época, em um dos seus discursos, o papa insistia que na América Latina era preciso optar por uma igreja despolitizada: “você não são líderes políticos ou sociais, nem oficiais de um poder temporal. Não podemos viver na ilusão de estar servindo a Deus se diluímos nossas atividades em um interesse exagerado pelos problemas temporais!” (Benedett, 1988). (PRANDI, 1998, P.32).

No princípio o movimento RCC atingiu pessoas já comprometidas com a Igreja, principalmente lideranças engajadas em movimentos como encontros de jovens, ministros da eucaristia, professores de catequese, líderes dos encontros de casais, e foi se ampliando para outros grupos, transformando e renovando a forma de evangelização que passou a ter sua própria identidade.

A RCC incentivou a organização de muitos retiros espirituais e tornou-se um guia para os grupos de oração, que passaram a ser mais frequentes. Esses encontros tornaram-se a marca registrada do movimento:

Os grupos de oração são a base da vida carismática. São encontros semanais que procuram a renovação espiritual dos participantes. Não têm a função de substituir a vida sacramental, mas sim complementá-la, ao trazer os participantes para a “vida no espírito” (RANAGHAN e RANAGHAM, 1972). Esses encontros têm como base “a oração, sob várias formas: louvor, ação de graças, orações contemplativas, orações em línguas, petições de graça e cura; os cânticos, que são uma forma de oração; o silêncio; o exercício dos dons carismáticos; as leituras da Bíblia; os testemunhos e as partilhas” (CNS, s/d). (PRANDI, 1998, p.35).

Por volta de 1974, para evitar confusão com os pentecostais mais antigos, o movimento passou a ser denominado carismático. Porém, tanto os

pentecostais como os carismáticos possuem a mesma essência, que é a renovação espiritual exercida pelo dom do Espírito Santo, que é interpretada pela forma como os fiéis professam sua fé, sua palavra e interpretam as revelações divinas. Segundo os carismáticos, apenas algumas pessoas têm o privilégio de sentir a presença do Espírito Santo:

Como o pentecostalismo, o movimento dos carismáticos defende que a renovação espiritual é fruto da importância que nela têm os carismas ou dons do Espírito Santo. Carismas são dádivas de Deus e devem ser usados por aqueles que tiveram o privilégio de recebê-los. São basicamente nove os dons divinos e dividem-se em três grupos: 1. os dons das palavras: dom das línguas estranhas, das interpretações e das profecias; 2. dons do poder: fé, cura, milagre, 3. dons das revelações: sabedoria, ciência e discernimento (Degrandis Schubert, 1990). Cada grupo carismático católico poderá enfatizar esse ou aquele carisma, mas em todos ocuparão lugar de destaque o *dom das línguas* (trase pelo qual se revela publicamente a presença do Espírito Santo), a *fé* que fundamenta a clamorosa e emocional oração semanal coletiva, a cerimônia da euforia, e o *poder de cura*, que tira os males e doenças pela imposição das mãos. (PRANDI, 1998, p.36,37).

Durante este mesmo ano, calcula-se que o número de grupos de oração na América tenha sido de 1.800 e no mundo todo de 2.400. O número de participantes ao redor do mundo foi estimado em 350.000 pessoas. Entre essas, calcula-se que 2.000 sacerdotes se juntaram ao movimento.

Neste mesmo período, o movimento carismático chegou ao Brasil, por meio dos padres jesuítas, dentre eles o padre Harold J. Rahm, na cidade de Campinas, interior de São Paulo, em função da quantidade de missionários evangélicos norte-americanos nessa cidade, que representava uma ameaça às tradições católicas campineiras.

De Campinas, a Renovação Carismática se espalhou para todo o Brasil, apesar das restrições impostas pelo tradicional clero brasileiro que não a defendeu naquele momento, chegando a criar inclusive resistências a RCC e até polêmicas:

Para a hierarquia da Igreja Católica, a RCC representa um motivo de controvérsia interna. A sua aceitação tem sido um processo polêmico e contraditório, estando sempre sujeita, de um lado, a suspeitas e interrogações, por suas manifestações corporais e emotivas e, do outro lado, a adesões incondicionais por parte de outros setores da hierarquia e dos fiéis. Independentemente dessa relação institucional, é inegável que a RCC conseguiu entre os fiéis da Igreja uma aceitação significativa a tal ponto que, no Brasil, é hoje um dos movimentos religiosos católicos de maior crescimento. (CARRANZA, 2000, p.17).

A verdade é que a cidade de Campinas foi o berço desse importante movimento na vida da Igreja Católica no Brasil, inicialmente liderado pelos padres Haroldo Rahm e Eduardo Dougherty, que utilizando-se de grupos de oração e dos retiros espirituais contribuíram com a expansão da RCC no Brasil:

De qualquer modo, a hoje reconhecida RCC teve seu embrião em Campinas, através dos *grupos de oração no espírito* fundados pelo Pe. Haroldo Rahm, mas seu enraizamento e expansão dependeu do esforço de articulação dos membros disseminados em todo o Brasil e o esforço do Pe. Eduardo junto a um grupo de leigos e religiosos. E, como já dito, esse embrião deu origem a dois movimentos diferentes na sua proposta e expansão, por um lado, amor, oração e trabalho (APOT), a fazenda do Senhor Jesus e Amor Exigente e, por outro lado a Renovação Carismática Católica. (CARRANZA, 2000, p.44).

Em 1993 a RCC obtém o reconhecimento oficial do Vaticano, com a aprovação do estatuto elaborado pelos membros do ICCRO - *International Catholic Charismatic Renewal Office*, conforme descrito no site da RCC brasileira:

Através do ICCRO a Renovação sentiu a necessidade de solicitar à Santa Sé um reconhecimento oficial. Após um lento e rigoroso trabalho, realizado pelos membros do ICCRO e com o apoio de alguns bispos e cardeais, foram apresentados os “Estatutos do ICCRO”, que depois de analisados por teólogos e canonistas do Vaticano, passaram por alguns ajustes e foram aprovados em 8 de julho de 1993 com o título de “Estatutos ICCRS” (*“International Catholic Charismatic Renewal Service”* – Serviço Internacional da Renovação Carismática Católica), onde são detalhados sua natureza, objetivos e estrutura.

Em 14 de setembro de 1993, através do Pontifício Conselho para os Leigos foi expedido o decreto de reconhecimento do ICCRS. Do ano de 1994 até 2000, o ICCRS foi presidido por Charles Whitehead (Inglaterra) e a partir de 2000 tem à sua frente Allan Panozza (Austrália). (RENOVAÇÃO CARISMÁTICA, 2011, p.18).

A RCC ganhou apoio do Vaticano de forma oficial, mostrou-se aliada aos princípios da Igreja Católica, já que, apesar de ser um movimento com novas características no interior da Igreja, em que renova a forma de ser, sempre seguiu o que a instituição prega em termos litúrgicos.

O movimento vai além de uma renovação da Igreja, ele veio para ser permanente, para ser presente e conquistar seu espaço dentro de uma tradicional e milenar instituição. É uma conquista da própria Igreja Católica. Para Chagas (1942, p. 42) a renovação mostra que a Igreja não precisa de um movimento específico. Ele reforça que:

A finalidade da Renovação Carismática não é fazê-la entrar na Igreja para ser aí tolerada. É bem mais uma Igreja renovada carismaticamente, que

não tenha mais necessidade dum movimento específico. (CHAGAS,1976, p.42).

O movimento comprova a todo momento que é católico, segue a doutrina oficial da Igreja Católica Apostólica Romana, principalmente pelo destaque que os carismáticos dão à reza do terço e à aclamação à Nossa Senhora, com os cultos marianos:

Apesar de todas as inovações que implementou no território católico e da sua convivência com movimentos evangélicos, a RCC não abandonou a presença da reza do terço, do culto a Maria, a unção dos enfermos e da benção do Santíssimo Sacramento. A Renovação é carismática, porém católica. (PRANDI, 1998, p. 43).

A Igreja Católica entendia que essa mudança era necessária, principalmente com a expansão e o fortalecimento de outras religiões. Era preciso atrair e manter seus fiéis. Fazê-los se encantarem novamente pela instituição e religião católica e não permitir que abandonassem a Igreja Católica.

Seguindo as tendências mundiais, no Brasil a Igreja Católica também estava perdendo muitos fiéis, principalmente para a Igreja Evangélica e, a RCC, passa a ser uma oportunidade de frear essa migração para essa e outras religiões que surgiam, conforme estudo:

Porém, os carismáticos chegaram também dispostos a brigar no território do amplo mercado religioso da nossa modernidade. E, para definir espaços, mais fácil é definir os inimigos. Para a RCC, os inimigos são os nossos velhos conhecidos: o espiritismo kardecista, a umbanda, o candomblé, os seguidores do reverendo Moom, a Igreja Messiânica Universal, o sheisho-no-iê, além de práticas como as técnicas de controle mental e relaxamento, a hipnose, a yoga, a meditação transcendental, além das sociedades secretas, como a Rosacruz e a maçonaria. (PRANDI, 1998, p.38).

A RCC passa a ser uma das estratégias de barreira utilizada pela Igreja Católica para conter a concorrência, pois os números passaram a ser um sinal de alarme.

De acordo com os dados do Censo\2010, divulgados pelo IBGE, o Cristianismo no Brasil representa 86% da população que se declara religiosa, sendo 64,6% católicos e 22,2% evangélicos.

Perder uma quantidade significativa de católicos praticantes para as outras religiões e até para os que se assumiram sem religião foi inclusive assunto

que virou notícia nas grandes mídias da imprensa brasileira, conforme pode-se ilustrar com a matéria da jornalista Ritto (2012), que escreveu para uma das principais revistas semanais do Brasil, de circulação *online*:

O Brasil ainda é a maior nação católica do mundo, mas, na última década, a Igreja teve uma redução da ordem de 1,7 milhão de fiéis, um encolhimento de 12,2%. Os dados são da nova etapa de divulgação do Censo de 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A tendência de redução dos católicos e de expansão das correntes evangélicas era algo esperado. Mas pela primeira vez o Censo detecta uma queda em números absolutos. Antes do levantamento de 2010, o quadro era apenas de crescimento de católicos em ritmo cada vez menor. Mantida essa tendência, em no máximo 30 anos católicos e evangélicos estarão empatados em tamanho na população. Os números mostram uma redução acentuada de poder da Igreja Católica no país nas últimas décadas: a mudança foi lenta entre 1872 e 1970, com perda de 7,9% de participação no total da população ao longo de quase um século; e tornou-se acelerada nos últimos 20 anos, quando a retração foi de 22%. Se em 1970 havia 91,8% de brasileiros católicos, em 2010 essa fatia passou para 64,6%. (RITTO, 2018).

Na mesma matéria é ilustrado o aumento significativo dos evangélicos e até dos que se consideram sem religião:

Quem mais cresce são os evangélicos, que, nesses quarenta anos saltaram de 5,2% da população para 22,2%. O aumento desse segmento foi puxado pelos pentecostais, que se disseminaram pelo país na esteira das migrações internas. A população que se deslocou era, sobretudo, de pobres que se instalaram nas periferias das regiões metropolitanas. Nesses locais, os evangélicos construíram igrejas no vácuo da estrutura católica.

Nos últimos 10 anos, manteve-se estável a proporção de cristãos. Isso indica tanto uma migração de católicos para as correntes evangélicas e para outras religiões. O segmento dos sem religião também cresceu percentualmente, e chegou a 8% da população em 2010. (RITTO, 2018).

Alguns estudos reforçam esse crescimento das igrejas evangélicas e mostram o quanto elas foram mais dinâmicas do que a Igreja Católica para atrair e manter seus fiéis e, principalmente, se adaptaram às mudanças sociais:

No Brasil, a expressão maior do grito religioso vem do lado evangélico. Espanta o gigantesco crescimento das igrejas pentecostais e neopentecostais. As estatísticas nos surpreendem. De 1890 para 2000, a porcentagem de católicos decresceu de 98,8% para 73,8%, enquanto a dos evangélicos cresceu de 1% para 15,4%. Hoje os números ainda favorecem mais os evangélicos, já que suas igrejas mostram-se “mais dinâmicas e agressivas na procura de novos fiéis, enquanto a organização da Igreja Católica parece ter agido com bastante lentidão diante das mudanças socioculturais” (ANTONIAZZI, 2002, p.6-7).

Para Carranza (2013) a forte competitividade no campo religioso se verifica na acirrada disputa que envolve crenças, fiéis, moralidades e a luta das igrejas cristãs por consolidarem sua hegemonia institucional, perante a diversidade religiosa da sociedade brasileira. Ela aborda a inter-relação entre a mídia e a religião e a cultura midiática e qual o seu alcance e propósito.

Neste contexto, grupos religiosos passam a assumir a concessão de rádios e televisões que passam a pregar nos horários nobres. E a mensagem religiosa é transformada em *marketing* religioso.

Se Deus quiser existir, tem que aparecer na televisão, e se quiser se fazer ouvir, não é mais suficiente a palavra, ela tem que converter-se em imagem [...] se a igreja não conseguir se fazer presente nas telas deixará de participar do mundo criado pela TV, um mundo quase à parte, que forma hoje o imaginário da maior parte da população. (Roncari, 1984, *apud* Campos, 1999, p. 281).

Por ser um movimento que busca a conquista de novos fiéis, a renovação litúrgica, a aproximação e integração entre a Igreja Católica e a comunidade, a comunicação é fundamental para que o movimento se expanda, se fortaleça e se dissemine, principalmente em um momento em que a religião tornou-se um produto de consumo e passou a fazer parte de um mercado altamente competitivo, inclusive utilizando-se de técnicas de *marketing*.

Em seu livro *Marketing Católico*, Souza (2011) também faz uma análise do marketing praticado pelo movimento da Renovação Carismática, em que afirma:

Nas orientações e nos planos de ação da RCC no Brasil, é possível encontrar indicações de que o marketing deve ser utilizado na ação do movimento. No documento “Sede Santos – Plano de Ação 2006/2007”, que teve a tarefa de orientar a ação da RCC em todo o território nacional no período indicado, há duas indicações bem precisas. Quando faz uma listagem sobre as estratégias para atingir os objetivos permanentes da Coordenação Nacional da RCC, o documento propõe que é preciso “utilizar adequadamente o marketing”.

Em seguida, ao relacionar as estratégias para atingir os objetivos específicos assumidos para o biênio 2006/2007, o texto sugere que, para angariar os fundos necessários aos projetos de evangelização, é necessário “aperfeiçoar o marketing da RCC-BR”. (SOUZA, 2011, p.54-55).

Alinhada a esta necessidade, a Associação do Senhor Jesus, ASJ, apoia e contribui com o marketing e a comunicação da RCC principalmente para a evangelização:

A Associação do Senhor Jesus (ASJ) é apontada por Kater Filho como exemplo de que um eficiente projeto de marketing pode estar a serviço de uma instituição religiosa e levá-la a atingir, com sucesso, os resultados esperados. A Associação é uma instituição ligada à Renovação Carismática Católica (RCC) e tem como missão a evangelização por meio dos meios de comunicação social.

A entidade foi fundada pelo Pe. Eduardo Dougherty, SJ, que nasceu nos Estados Unidos e mudou-se para o Brasil na década de 1960, e foi um dos pioneiros da RCC em solo brasileiro. Entre outras iniciativas, a Associação mantém a TV Século XXI e a Revista *Brasil Cristão*. (SOUZA, 2011, p.52).

É evidente que a comunicação é um dos instrumentos de atração e retenção dentro do marketing religioso. Além de oferecer a religião como um produto, as mídias favorecem um marketing além da palavra, há um mercado disposto a comprar pelos artigos religiosos; são diversos CDs, camisetas, *shows*, livros, programas de TV e rádio, e até cinema.

Este tema, foi inclusive, objeto de estudo:

Ao mesmo tempo, é bom lembrar que a mensagem religiosa é igualmente um bem de consumo simbólico – e parte de uma “cultura material” da religião: o fiel, em suas práticas religiosas, não lida mais apenas com textos sagrados, rituais ou imagens, conforme a Igreja, mas com uma vasta gama de elementos específicos para o consumo, uma das mediações presentes no cotidiano do fiel-receptor em sua relação com a mensagem religiosa. (MARTINO, 2016, p.72-73).

Para Shoji (2014) o marketing tem migrado para a internet e existem várias técnicas de comunicação específicas desse meio, tanto do ponto de vista de produção da mensagem quanto do acompanhamento das reações, opiniões e dos sentimentos provocados.

Foi no final da década de 80, quando, inspirados nos televangelismos americanos, as igrejas evangélicas ocupavam praças e ginásios para levar campanhas de conversão aos brasileiros. Trabalharam o apelo emocional e especializaram-se na linguagem persuasiva para a conversão da massa. Um dos pioneiros, foi o pastor Edir Macedo, fundador da igreja Universal do Reino de Deus, com a aquisição da TV Record.

Diante deste cenário, a igreja Católica se propõe a aperfeiçoar suas técnicas de comunicação para atrair mais fiéis e tornar-se mais expositiva. Foi na década de 90 que a Igreja Católica começou a se preocupar com seu espaço na mídia, iniciando com a fundação da Comunidade Canção Nova e da TV Século XXI, conforme registrado no site do Movimento Renovação Carismática Católica:

A partir de 1990, a Associação do Senhor Jesus fundou o Centro de Produções Século XXI, que possui três grandes estúdios de TV, na cidade de Valinhos, São Paulo. Atualmente, possui um sistema televisivo próprio com objetivo de, em médio prazo, estar com retransmissoras em todas as regiões do Brasil.

Também se destaca nos meios de comunicação a Comunidade Canção Nova. Iniciada em 1974 na cidade de Lorena, a Comunidade adquiriu em 1980, em Cachoeira Paulista, uma Rádio e mais adiante, em 1989, conseguiu uma concessão de TV. Através da Fundação João Paulo II, a Rede Canção Nova TV é o canal católico que mais cresce no Brasil, possui retransmissoras em todas as Regiões do país, estando também presente na Itália e Portugal. É também a partir de 1990 que acontece a grande "explosão" da Renovação Carismática que atinge milhões de brasileiros. (RENOVAÇÃO CARISMÁTICA, 2011, p.4).

De fato, a contribuição dos veículos de comunicação de massa, foi fundamental para que o movimento ganhasse força e expressividade.

Em 2017 a Renovação Carismática completou 50 anos e foi motivo de comemorações no Vaticano. Em carta em comemoração ao jubileu de ouro, Papa Francisco agradece ao movimento RCC pelo bem feito à Igreja, conforme mensagem:

Obrigado, Renovação Carismática Católica, por aquilo que destes à Igreja nestes cinquenta anos! A Igreja conta convosco, com a vossa fidelidade à Palavra, com a vossa disponibilidade ao serviço e o testemunho de vidas transformadas pelo Espírito Santo!

Compartilhar com todos na Igreja o Batismo no Espírito Santo, louvar o Senhor sem cessar, caminhar juntamente com os cristãos de diversas Igrejas e comunidades cristãs na oração e na ação para com os mais necessitados. Servir os mais pobres e os enfermos, eis o que a Igreja e o Papa esperam de vós, Renovação Carismática Católica, mas de vós todos: todos, todos vós que entrastes nesta corrente de graça! Obrigado. (PAPA FRANCISCO, 2017.).

Essa conquista para RCC fortalece seus princípios e suas práticas modernas de evangelização e derruba qualquer dúvida da tradicional e conservadora Igreja Católica que inicialmente foi resistente ao movimento. Pode-se dizer que a RCC é como se fosse uma igreja inserida dentro de outra; uma vanguardista, inserida dentro de características ortodoxas, ou seja, uma jovem e moderna dentro de outra tradicional e conservadora.

Para os representantes da RCC no Brasil, esses 50 anos são apenas o começo, o movimento cresce mas ainda precisa se reinventar, conforme depoimento do fundador da Obra de Maria em Pernambuco, Gilberto Barbosa, em

matéria redigida por Fuentes (2017) para a revista *Veja Online*:

Depois de 50 anos, muitas conquistas marcaram a história da Renovação Carismática Católica, mas estamos só no começo. A igreja precisa se reinventar.” Com estas frases, Gilberto Barbosa, 49 anos, um leigo influente da Igreja Católica, fundador da Obra de Maria, uma das principais comunidades do movimento em Pernambuco, resume o espírito da celebração que se iniciou no Vaticano na quarta-feira e termina no próximo domingo.

A data marca, para a religião católica, o Pentecostes, comemoração da descida do Espírito Santo sobre os apóstolos de Jesus e sua mãe, Maria. O evento conta com a presença do papa Francisco e celebra o meio século de existência da Renovação Carismática Católica (RCC) com missas, shows e encontros voltados para o público jovem.

Entre as atrações estão apresentações especiais dos célebres padres cantores brasileiros Marcelo Rossi, Fábio de Melo, Reginaldo Manzotti, João Carlos e Antônio Maria, todos ligados à RCC. A ocasião marcará a volta de Marcelo Rossi aos palcos, sendo a primeira apresentação musical oficial do padre nos últimos 16 anos. Ele também realizará um show posterior no Recife, cuja data ainda será confirmada, para comemorar o aniversário do movimento. (FUENTES, 2017).

2.2. A emergência dos padres cantores:

A Renovação Carismática é conhecida pelos métodos pouco convencionais na promoção da fé cristã, principalmente pelo uso da música, danças e palmas como forma de louvar a Deus, utilizando-se das mídias, principalmente dos veículos de comunicação de massa. Neste cenário de mudanças, o destaque fica para a música que exerce um poder extraordinário de atração das pessoas em função de seu envolvimento emocional e da forma entusiástica de evangelizar. Neste universo, diversos padres começaram a desenvolver suas habilidades artísticas e a se identificarem com esta nova forma de propagar e fortalecer a fé cristã. A música incentivou a exposição midiática dos chamados padres cantores, conforme mencionado:

A música exerce um papel relevante na atual propagação das denominações religiosas, sobretudo no segmento juvenil. Há muitos intérpretes que atuam individualmente ou em bandas, também no âmbito da Igreja Católica, projetando-se através da realização de shows e da gravação de discos. No clero, os primeiros cantores a se tornarem conhecidos foram os padres Jonas Abib, Zezinho e Antônio Maria. (SOUZA, 2008, p. 37).

Padre Zezinho, um dos pioneiros na música sacra, é responsável pela autoria de quase 2000 canções, cantadas e interpretadas por ele e por outros padres, como o padre Marcelo Rossi, padre Reginaldo Manzotti, padre Fábio de Melo e outros, inclusive por não religiosos como o cantor Roberto Carlos, Elba Ramalho, Luan Santana, Daniel, Joanna e Zeca Baleiro. Suas principais músicas são: “Um Certo Galileu”, “Maria de Nazaré”, “Amar como Jesus Amou”, “Um Coração para Amar”, “Minha Vida Tem Sentido”, entre outras.

José Fernandes de Oliveira, o padre Zezinho, talvez seja uma das principais inspirações para muitos padres no Brasil. Foi ordenado aos 25 anos, em 1966, e passou a evangelizar por meio do teatro, da música e pelos meios de comunicação. Pode-se dizer que a forma como ele passou a evangelizar também foi fruto do Concílio Vaticano II, já que a data coincide com o período do *aggiornamento*, realizado pela Igreja Católica. Em julho de 2018, gravou seu 116º CD, intitulado “Amigos do Coração”, com 14 músicas inéditas dele e 1 regravação e continua sendo uma importante referência aos padres cantores brasileiros.

Outro padre com talento musical, pe. Antonio Maria Borges, sempre foi atraído pela música, muito antes de decidir-se pela vida religiosa, quando criança já frequentava programas de auditório.

Foi ordenado padre em 1976 e iniciou sua missão sacerdotal em Portugal. Como padre sua vocação sempre foi as missões, esteve à frente das *Obras do Amor Maior*, do Centro Educacional Catarina Kentenich, em São Paulo e atualmente na *Fundação Filhas de Maria – Servas dos Pequeninos*, em Minas Gerais e como cantor, já fez *shows* no Brasil e no exterior e teve como grande realização a apresentação musical que fez em Roma para o papa João Paulo II.

Padre Antonio Maria já gravou com os cantores brasileiros Roberto Carlos, Aguinaldo Rayol, Ângela Maria e Chitãozinho e Xororó e é considerado um guia espiritual de celebridades brasileiras, como o próprio Roberto Carlos, Cristiane Torloni, Daniel e Fafá de Belém.

Tanto o pioneiro padre-cantor Zezinho como o padre das celebridades, Antonio Maria, utilizaram-se da música como forma de evangelizar e acabaram ganhando visibilidade nas mídias impressa, radiofônica e televisiva, principalmente por estarem próximos a celebridades.

Outro líder religioso que destaca-se no âmbito musical é o padre Marcelo Rossi. Ele foi ordenado em 1994 e de lá para cá, estudou Filosofia e Teologia, e

utilizou seu conhecimento, entusiasmo e vocação para disseminar a mensagem religiosa e fomentar o movimento da Renovação Carismática:

Os padres-cantores incorporaram como ninguém esse novo estilo de divulgar a fé católica para além dos templos. Um deles, padre Marcelo Rossi, contribuiu de forma decisiva para projetar o movimento carismático, embalando o gesto típico dos fiéis de erguer os braços durante a liturgia ao som de seu hit *Erguei as mãos*. (MOREIRA, 2013, p.97).

Padre Marcelo Rossi também conquistou espaços na mídia religiosa, no cinema e em outras emissoras sem vínculo religioso, sempre expressando a fé religiosa:

A partir dos anos 1990, sobretudo com o padre Marcelo Rossi, começa uma estratégia de divulgação da mensagem religiosa a partir de um modelo baseado no formato das mídias – não por acaso, algumas celebrações eram denominadas, pela imprensa, como “showmissas”. O padre financiou e atuou em filmes no início do século XXI, como *Irmãos de Fé e Maria, a mãe do Filho de Deus*, com atores da Rede Globo nos papéis principais. (MARTINO, 2016, p.43).

A televisão foi importante propagadora desses padres cantores. O padre Marcelo Rossi virou fenômeno religioso na década de 90 e foi um dos nomes que contribuiu para atrair milhares de fiéis nos *showmissas* e foi uma importante referência para a RCC no Brasil, principalmente pela utilização das músicas e danças com coreografias:

Padre Marcelo é internacionalmente conhecido pela missão de propagar a Palavra de Deus por meio da música. Há muitos anos, o sacerdote, que é membro da família carismática, conduz momentos de oração, evangelização e celebrações de Santas Missas no sistema de comunicação. (RENOVAÇÃO CARISMÁTICA, 2017, p.1).

De 2002 a 2017 esteve à frente do programa *Momento de Fé*, da rádio Globo, que sempre foi campeão de audiência. O que justifica a sobrevivência do programa neste longo período de 15 anos.

Em 2010 recebeu o Prêmio *Van Thuan*, conferido a ele pelo Vaticano por meio do Papa Bento XVI, como o evangelizador do novo milênio.

Em sua biografia digital, divulgada pelo *ebiografia*, são mencionados os principais marcos na vida do padre Marcelo Rossi, dentre eles, sua formação, sua forte presença nos veículos de comunicação, rádio, TV, internet e até cinema, sua

atuação fora das igrejas, inclusive os prêmios recebidos pela forma como evangeliza pela internet.

Fica evidente sua atuação no fortalecimento da RCC no Brasil, conforme divulgado no site oficial da *ebiografia*:

Padre Marcelo Rossi faz parte da ala da Igreja Católica denominada Renovação Carismática Católica que através da música e de coreografias, em seus rituais, conquista um grande número de fiéis. Iniciou suas celebrações na Paróquia do Perpétuo Socorro e na de Santa Rosália em Santo Amaro, São Paulo.

Com seu carisma e celebrações ricas em mensagens e músicas, logo o espaço da igreja ficou pequeno e suas celebrações passaram a ser realizadas em espaço amplo para receber um grande número de fiéis. Em pouco tempo o Padre Marcelo Rossi se transformou em um dos expoentes do Movimento Católico do Brasil, realizando apresentações no rádio e na televisão. Em 1997, no encontro "Sou Feliz por ser Católico", no Estádio do Morumbi, em São Paulo, reuniu mais de 70 mil pessoas.

Em 2002 o Padre Marcelo recebeu a nomeação de "Reitor do Santuário Terço Bizantino", outorgado pelo Bispo da Diocese de Santo Amaro, Dom Fernando Antônio Figueiredo.

Em 2003 o padre lançou o "Portal Padre Marcelo", que já ganhou por cinco anos consecutivos o Prêmio *IBest*, sendo hoje um portal de evangelização. Nesse mesmo ano lançou o filme "Maria Mãe do Filho de Deus", que alcançou grande sucesso. Em 2004 lançou novo filme "Irmãos de Fé". (FRAZÃO, 2015).

Com o seu carisma pessoal, o dom da palavra e da música, Pe. Marcelo Rossi passou a conquistar espaços de destaque na mídia, tanto no Brasil como no exterior e é um exemplo das práticas de evangelização da RCC:

O uso da mídia para pregar o Evangelho e aumentar o número de católicos está de acordo com o que propõe a Renovação Carismática Católica (RCC), movimento do qual o padre Marcelo é um dos representantes. A RCC propôs oferecer uma abordagem inovadora às formas tradicionais de doutrinação e renovar práticas tradicionais dos ritos e da mística da Igreja, mas sem desviar-se da doutrina católica. O uso, de maneira hábil, dos mais modernos recursos de comunicação transformou o padre Marcelo no responsável direto pelo retorno de milhares de fiéis aos templos católicos no final dos anos 90. Suas missas lotadas provocaram a busca de espaços cada vez maiores para abrigar o crescente número de fiéis. Iniciou-se, assim, uma geração de padres cantores e animadores de palco que foram além da Renovação Carismática, inclusive, com ritmos sertanejos, gauchescos, sambas e até pagode. (DOM TOTAL, 2017).

Apesar de atrair multidões, o padre midiático também causa certas polêmicas e incomoda de alguma forma a tradicional instituição católica. Estar em evidência nas mídias televisivas, radiofônicas e digitais pode não ser interessante

para a Igreja Católica, em função do apelo sedutor e comercial que a exposição oferece:

Além de sucesso de público e vendas, a carreira sacerdotal de Rossi tem sido marcada por controvérsias em relação a setores da Igreja devido à suposta exploração comercial e indevida da imagem de um padre. É a questão da alta vendagem de CDs, sobretudo, que faz de Marcelo Rossi alvo de várias matérias jornalísticas. Em fevereiro de 2000, a Comissão Nacional de Presbíteros discutiu a condição do padre no Brasil, a partir de um documento intitulado *Novo milênio, novo presbítero?* O texto, elaborado por teólogos considerados progressistas - Clodovis Boff, Alberto Antoniazzi e José de Almeida - apontava problemas quanto ao seguimento de um “modelo de padre midiático” por seminaristas e presbíteros. Apesar de ressaltar a alegria das celebrações cantadas e dançadas, o documento chamava atenção para os riscos de fuga da realidade, banalização da vivência mística, estrelismo - vaidade expressa no uso de roupas de grife e companhia dos chamados colunáveis - e sedução pelo dinheiro. Inegavelmente, era uma significativa advertência. (SOUZA, 2008, p. 40).

Mas é certa a contribuição que eles e seus antecessores deram à nova forma de evangelizar da Igreja Católica, incentivada inicialmente pelo Concílio Vaticano II e fomentada pelo Movimento da Renovação Carismática.

Outra referência no âmbito musical e midiático é o padre Reginaldo Manzotti que desde criança já tinha a convicção de seu dom sacerdotal. Aos 11 anos de idade, ingressou no seminário dos Freis Carmelitas, no Paraná e em 1995 foi ordenado padre.

Padre Reginaldo tinha suas missas televisionadas e também um programa de rádio em Pinhais, PR. Essa oportunidade fez com que percebesse o dom pela evangelização pelos meios de comunicação, que passou a ser sua principal missão: disseminar a mensagem e fortalecer a fé por meio dos veículos de comunicação de massa.

Fundou a *Associação Evangelizar é Preciso* em 2005 e continuou a levar a mensagem religiosa pela rádio, TV e também a internet, ampliando sua abrangência e conquistando fiéis em todo o território brasileiro. Inclusive foi eleito o sacerdote mais seguido nas mídias sociais, pelo portal espanhol, Aleteia, com mais de um milhão de cópias de CD vendidas, como ele mesmo divulga em sua página na Internet:

Em 2015, foi eleito pelo portal espanhol “Aleteia” o sacerdote mais acessado e seguido nas redes sociais do mundo e foi escolhido para ser Embaixador da Pastoral da Pessoa Idosa no Brasil. Com mais de 1 milhão

e meio de cópias vendidas, Padre Manzotti já lançou 12 CD's e 4 DVD's e foi indicado ao Grammy Latino em 2013 pelo trabalho "Paz e Luz", gravado na Igreja da Candelária com as participações especiais de Thiaguinho, Fernando & Sorocaba, Thaeme & Thiago, Joanna e Cantores de Deus. (MANZOTTI, 2015).

Outra personalidade religiosa que surge em meio a este movimento midiático e musical e ganha visibilidade nacional e internacional, é o jovem padre da cidade de Formiga, MG, Fábio José de Melo Silva.

Assim como o padre midiático, Marcelo Rossi, este jovem não tinha certeza de seu dom sacerdotal até ingressar no Seminário Sagrado Coração de Jesus, em Lavras, Minas Gerais.

Padre Fábio de Melo foi ordenado em 2001, em sua cidade natal, Formiga, é graduado em Teologia e em Filosofia, pós-graduado em Educação e mestre em Teologia Sistemática, pelo Instituto Santo Inácio.

Foi ganhando espaço na televisão e é o apresentador do Programa *Direção Espiritual* da TV Canção Nova.

Seu talento musical sempre foi notado, quando ingressou no seminário fez parte da banda formada por seminaristas *Chama Que Eu Vou* e, aos 27 anos, já na faculdade Dehoniana de Taubaté, foi uma das revelações do padre João Carlos Almeida que o introduziu aos estúdios profissionais:

Convivendo com mais de sessenta seminaristas na faculdade de Teologia em Taubaté, em sua etapa de estudos antes do sacerdócio, Fábio José de Melo Silva, estaria mais próximo que nunca do padre João Carlos Almeida, aquele que, sabemos, havia sido responsável por descobri-lo no meio de muitos candidatos a cantor e levá-lo em definitivo aos estúdios profissionais de gravação musical. (ALVAREZ, 2016, p. 226).

Padre Fábio de Melo ganhou visibilidade nacional com a gravação de seu CD *Vida*, pela Som Livre, em 2008 e atingiu o ápice quando teve a oportunidade de cantar a música de sua autoria *Seja Bem-Vindo* ao papa Francisco, em sua visita ao Rio de Janeiro, em 2013, em virtude da Jornada Mundial da Juventude.

Desde então foi conquistando uma legião de fãs e seguidores, pela forma como se comunica; pelo dom da oratória, pelo talento artístico, pelo conhecimento, carisma e pelas suas publicações nas mídias sociais.

Seguindo a mesma tendência surge o padre Alessandro Campo. Ele traz um novo estilo para a música e se difere no meio da música religiosa católica pelo

estilo musical sertanejo e pela caracterização do vestuário, usando trajes de *cowboy*.

Padre Alessandro foi ordenado padre em 2007, em Resende, no Rio de Janeiro. Iniciou na Arquidiocese Militar, onde passou pela Academia Militar de Agulhas Negras, foi tenente e capelão do Colégio Militar de Brasília e assim como os demais, teve a oportunidade de evangelizar por meio dos veículos de comunicação de massa, apresentando programas em rádios e TVs.

Apresentou os programas *Aparecida Sertaneja*, da TV Aparecida, *Família Sertaneja* da Rede Vida e *Festa Sertaneja* da TV Gazeta, entre outros, mas fica explícita a necessidade de se diferenciar de seus colegas padres cantores, reforçando o estilo musical, inclusive inserindo a palavra sertanejo nos nomes de seus programas.

Esses exemplos de padres-cantores reforçam a mudança na propagação da mensagem religiosa, promovida principalmente pelo movimento da Renovação Carismática, seja na forma, no espaço e até no tempo:

Os padres-cantores incorporaram como ninguém esse novo estilo de divulgar a fé católica para além dos templos. Um deles, padre Marcelo Rossi, contribuiu de forma decisiva para projetar o movimento carismático, embalando o gesto típico dos fiéis de erguer os braços durante a liturgia ao som de seu hit *Erguei as mãos*. No rastro do sucesso desse ícone do catolicismo na atualidade, surgiram outros sacerdotes carismáticos, como o padre Fábio de Melo. (MOREIRA, 2013, p.97).

Evangelizar por meio dos veículos de comunicação de massa já era uma das premissas do Decreto *Inter Mirifica* que em seu proêmio assim declara:

Entre as admiráveis invenções da técnica, que de modo particular nos tempos atuais, com o auxílio de Deus, o engenho humano extraiu das coisas criadas, a Mãe Igreja com especial solícitude aceita e faz progredir aquelas que de preferência se reterem ao espírito humano, que rasgaram caminhos novos na comunicação fácil de toda sorte de informações, pensamentos e determinações da vontade. Dentre estas invenções, porém, destacam-se aqueles meios que não só por sua natureza são capazes de atingir e movimentar os indivíduos, mas as próprias multidões e a sociedade humana inteira com a imprensa, o cinema, o rádio, a televisão e outros deste gênero, que por isto mesmo podem ser chamados com razão de Instrumentos de Comunicação Social. (PAULO, 1978, p. 567).

Percebe-se com isso que as práticas de disseminação da mensagem religiosa utilizadas pela RCC com a expansão da comunicação por todos os meios

de comunicação de massa e exploração dos espaços de destaque nas mídias, utilizados principalmente pelos padres cantores está alinhado ao que a própria Igreja Católica decidiu no Concílio Vaticano II.

A Igreja Católica encontra nesses instrumentos de comunicação uma excelente oportunidade de manter e atrair fiéis e propagar a mensagem religiosa fora das igrejas. Os líderes, no caso da igreja católica, a maior parte representada por padres, que sabem utilizar desses instrumentos acabam assumindo posições de destaque. Para Martino foi uma estratégia:

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. Os televangelistas norte-americanos foram pioneiros em trabalhar a lógica da midiatização alcançando um índice de repercussão pública que, nas dinâmicas específicas do campo religioso, colocou suas igrejas em posições de considerável prestígio e reconhecimento no campo. (MARTINO, 2016, p. 51).

Nota-se que tanto o movimento da renovação com sua nova forma de se aproximar dos fiéis quanto a comunicação mais efetiva e participativa tornaram-se aliadas da Igreja Católica na tentativa de estancar o seu esvaziamento ao perder seus fiéis para outras religiões e os padres cantores foram fundamentais nesse processo. A presença das mídias, o formato *show* e a pregação fora do lugar sagrado, como estádios de futebol, reforçam este movimento.

Padre Fábio de Melo, comunicador nato, soube aproveitar desse contexto de abertura da comunicação proporcionado e incentivado pela Igreja Católica e tornou-se uma das maiores personalidades religiosas em exposição nas mídias televisivas e digitais.

Pode-se dizer que o padre Marcelo Rossi foi uma das principais inspirações para os padres-cantores que surgiram, inclusive para Fábio de Melo, eles representam a midiatização da Igreja Católica:

Arrastam multidões para atividades formatadas num misto de liturgia e show, naturalizando estilos evangelizadores amalgamados no cerne da sociedade de consumo". (CARRANZA, 2011, p. 20).

2.3. A explosão das mídias digitais:

A globalização também contribuiu com a evolução da comunicação, principalmente com a Internet. E, em sintonia com os avanços tecnológicos, a comunicação deixa de ser instrumento utilizado pelo emissor da mensagem e transforma a forma como a sociedade passa a interagir com as mídias, principalmente com as mídias digitais, e passa a transformar-se em efetiva cultura de comunicação, modificando os tradicionais conceitos da teoria da comunicação em que há emissor e receptor e, principalmente transforma a vida da sociedade.

A transformação da tradicional teoria da comunicação em que há emissor e receptor também foi estudada pelo Martino:

No campo religioso, a convergência cultural pode ser observada na diluição de fronteiras entre as narrativas religiosas e a linguagem dos meios de comunicação, particularmente do entretenimento. A título de exemplo, vale observar que o apóstolo Valdomiro Santiago da Igreja mundial do Poder de Deus, e o padre Alessandro Santos, adotam, como parte do seu vestuário, o chapéu de caubói, típico do universo da música sertaneja. Ao mesmo tempo, telenovelas com temática religiosa, como *Os Dez Mandamentos*, exibida na TV Record em 2015, utilizam integralmente a linguagem da televisão adaptando a narrativa da *Bíblia*.

Nesses exemplos, a diferença entre culturas – a cultura religiosa e a cultura da mídia, no caso – praticamente desaparece: é complicado dizer onde começa uma e termina outra. Essa diferença, ou falta dela, está na base da noção de convergência, tal como entende Jenkins.

Da mesma maneira, a fronteira entre “produtores” e “receptores” também se apaga quase completamente. A audiência, mais do que “ativa”, passa a ser vista como “produtiva”: com algumas poucas ferramentas digitais, qualquer conteúdo pode ser transformado sem maiores dificuldades. Um produto da indústria do entretenimento, como um filme ou uma novela, pode ser imediatamente reelaborado por qualquer pessoa que disponha de um computador pessoal, tempo e imaginação, ganhando significados muito diferentes, em alguns casos, do original – a cena dramática de um filme, por exemplo, pode ser transformada em uma imagem que se reproduz milhares de vezes no ambiente digital – um *meme*. (MARTINO, 2016, p. 158-159).

E com o advento da globalização e da *Internet*, a pulverização das informações se multiplicam com maior facilidade, fazendo com que todos tenham acesso às mensagens a uma velocidade antes nunca vista.

A tecnologia veio para contribuir, agregar, integrar, facilitar e propagar a mensagem em questão de instantes, seja ela religiosa ou não.

O surgimento das novas mídias digitais transformou de maneira significativa o cotidiano da sociedade. São diversos aparelhos conectados, que interagem milhares de pessoas instantaneamente ao redor do mundo; há uma

infinidade de modelos de notebooks, *smartphones*, *tablets*, *smart TVs* e aplicativos que já fazem parte do nosso dia-a-dia e vem modificando gradualmente a maneira como recebemos informações, nos relacionamos e consumimos.

Esses aparelhos e aplicativos já estão presentes na vida das pessoas de todas as idades, gêneros e classes sociais. Não há fronteiras, não há distinção, não há seleção. Todos estão vivendo entre o mundo real e virtual, já que não há barreiras. E este novo cenário permite interação, muito além do rádio e da TV.

Surgem as sociedades midiaticizadas, que modificam a todo instante as relações humanas. A força dessas mídias alterou inclusive o comportamento das pessoas e das instituições, inclusive das igrejas. Nas mídias sociais os conteúdos se propagam e se multiplicam na velocidade da luz. Para Sbardelotto (2017) essa midiaticização não causa apenas impactos sociais, ela é um metaprocesso sociocomunicacional:

Nessa dialética, a midiaticização não se refere apenas à institucionalização de um campo social midiático e aos seus “impactos” sobre a vida social. Ela é mais do que isso, emergindo como um *metaprocessosociocomunicacional* (Krotz, 2007), com especificidades próprias em cada fase histórica. É esse *metaprocessosociocomunicacional* que gera a construção social da vida cotidiana e do ambiente cultural das sociedades. A midiaticização, portanto, se situa em uma “dialética das reciprocidades na mudança da comunicação midiática, por um lado, e na contínua mudança social e cultural, por outro” (Hepp, 2012, p.44, trad. Nossa). Ela tem algo de relativo aos sistemas e processos midiáticos que a originam (aspecto dedutível), mas também algo de absoluto em sua novidade fenomênica, que, por sua vez, condiciona aqueles sistemas e processos (aspecto irredutível) (cf. Morin, 2008). Nesse sentido a midiaticização é *metamidiática* (Gomes, 2013), pois é a gênese de meios sociais (sociedades e culturas) que geram e são gerados por meios midiáticos (mídias), em complexidade crescente. (SBARDELOTTO, 2017, p.75).

O autor ainda cita a modificação na forma de ser, pensar e agir em sociedade provocada pela midiaticização:

Emerge, dessa forma, uma nova natureza organizacional da sociedade. Trata-se de “uma *ambiência mais ampla*”, ou seja, um “*bios midiático* [...] que se forma com a sociedade da informação atual”. (Gomes, 2015, p.48, grifos nossos). Mas isso não significa uma realidade etérea, simulada, metafórica, incorpórea, substitutiva, virtualizada. O que surge, ao contrário, é: um ambiente (que chamamos de sociedade em midiaticização) que configura para as pessoas *um novo mundo de ser no mundo*, pelo qual os meios não mais são utilizados como instrumentos *possibilitadores* das relações pessoais, mas fazem parte da *autocompreensão social* e individual. [...] cria-se um novo ambiente matriz que acaba por determinar [condicionar, melhor dizendo] o modo de ser, pensar e agir em sociedade (Gomes, 2015, p. 53). (SBARDELOTTO, 2017, p.76).

Há inúmeros benefícios na utilização mídias sociais; busca por informações de forma rápida, possibilidade do reencontro entre pessoas, facilidade de comunicação, entretenimento, processo seletivo, aprendizado e até a prática religiosa, além do custo, que é reduzido comparado ao telefone. Com base nesses benefícios muitas pessoas, famílias e empresas passaram a utilizar essas mídias em sua rotina diária.

Para (KLOTLER, 2013, p.589) as mídias sociais são um meio para os consumidores compartilharem textos, imagens e arquivos de áudio e vídeo entre si e com as empresas.

Dentre as mídias digitais, o *Skype* passou a ser forte aliado para as empresas que o utilizam em entrevistas durante processo seletivo, além de aproximar as pessoas distantes, já o *WhatsApp* é o mais utilizado como ferramenta diária de trabalho e de relacionamento, seu sistema permite que as mensagens sejam enviadas de forma instantânea, podendo anexar fotos, vídeos e áudios e o *Facebook* conecta bilhões de pessoas em sua plataforma e é uma ferramenta ideal para exposição, conexão e discussão. Há porém, outras mídias digitais, algumas com apelos mais visuais, como *Instagram*, outras ideais para vídeos, como o *Youtube*, já para mensagens breves, o *Twitter*, já que sua plataforma permite apenas mensagens com 140 caracteres e o *LinkedIn*, utilizado para relações profissionais. Cada uma dessas mídias pode ser utilizada com uma determinada função, inclusive no mundo do marketing, quando se pretende comunicar e envolver os consumidores:

As redes sociais se tornaram uma força importante no marketing tanto das empresas para os consumidores quanto das empresas entre si. As principais são o Facebook, que é a maior do mundo; o MySpace, que se concentra em música e entretenimento; o LinkedIn, que tem como alvo os profissionais; e o Twitter, cujos membros interagem por meio de mensagens de 140 caracteres, ou “tweets”. Cada rede oferece benefícios específicos para as empresas. Por exemplo, o Twitter pode servir como um sistema de alerta precoce que permite uma resposta rápida, enquanto o Facebook possibilita mergulhos mais profundos para envolver os consumidores de forma mais significativa. (KOTLETR, 2013, p. 590).

Essa realidade mundial também é fortemente marcada no Brasil, conforme pesquisa do IBGE, publicada no Valor Econômico, em fevereiro de 2018:

Dos 116 milhões de pessoas que acessaram a internet no Brasil em 2016, 94,2% enviaram ou receberam mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos, o que inclui redes sociais, como Facebook e programas de mensagem, como Whatsapp. A informação é do suplemento de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) da Pesquisa Nacional de Amostra. (VILAS BOAS, 2018).

E toda essa tecnologia e essa nova forma de se comunicar também é parte integrante das instituições religiosas que precisaram se adaptar à nova cultura e estar sempre conectadas com seus fiéis-seguidores. É impossível fazer-se presente neste mundo globalizado e cibernético sem levar em consideração a necessidade de interação e socialização pelas mídias sociais:

As instituições religiosas e, em especial as neopentecostais têm mudado suas lógicas e regras de atuação em função dos processos midiáticos gerados pela ambiência da midiatização. Os templos são transformados para que os cultos possam ser televisionados e enquadrados para as mídias digitais. Passa-se a pensar em comunicação e estratégias midiáticas submetendo-se às lógicas e linguagens da mídia. Nesse sentido, o discurso religioso é adaptado para um discurso mais midiático, com mais visualidade, mais coloquialidade e menos aprofundamento. (BORELLI, 2010, p.1).

Segundo alguns estudos é impossível as religiões estarem inertes a esse processo de cultura midiática:

Portanto, para pensarmos as religiões, nos dias atuais, é necessário considerar o processo de midiatização, ao qual algumas tiveram que se adaptar e outras já surgiram durante seu curso. De qualquer modo, parece-nos muito difícil uma religião manter-se indiferente a esse processo, que se intensifica em nossa sociedade, em que os meios de comunicação inserem-se em cada fresta das relações humanas. (CARLETTI, 2016, p.20).

Além da presença nas mídias digitais, as igrejas precisam se aproximar e interagir com seus fiéis. É preciso repensar a linguagem, o tempo da mensagem, e saber que o ambiente virtual é de todos, a interação é imediata e pode tanto atrair e agradar como repelir e desagradar. Por isso é preciso entender o comportamento da rede. É preciso repensar a forma de evangelizar pelas mídias sociais e entender que a cultura midiática já foi incorporada pela sociedade contemporânea.

A leitura da Bíblia já pode ser feita pela Internet, assim como já existem aplicativos que preparam e orientam os fiéis para determinados ritos e rituais da igreja:

Algumas formas de viver a experiência religiosa também mudam no ambiente das mídias digitais – não faltam, por exemplo, aplicativos religiosos para *smartphones* e *tablets* que permitem, por exemplo, ao fiel encontrar rapidamente seus versículos favoritos na Bíblia, sublinhá-los com cores diferentes e salvá-los de acordo com suas preferências pessoais para ler onde, quando e como quiser. Um giro pela programação de televisão, aberta ou a cabo, uma pesquisa em qualquer site de busca na internet, ou alguns minutos em uma rede social nas mídias digitais, mostra a presença constante de programas e conteúdos religiosos – que, por sua vez, muitas vezes utilizam uma linguagem claramente inspirada na mídia leiga. (MARTINO, 2016, p.32.).

Mais do que acesso às liturgias e à palavra sagrada, as pessoas interagem, participam, exercitam sua fé por meio das mídias sociais. Elas fazem novenas e correntes de oração, inclusive é possível encontrar alguns ritos e sacramentos disponíveis em aplicativos, como no caso dos católicos, o *Confession: a Roman Catholic App*. disponível para sistemas *iPhone* e *Android*:

Para os católicos, o sacramento da confissão é uma parte importante de suas práticas religiosas. E a preparação começa bem antes de chegar ao confessional: antes de se confessar, a pessoa precisa fazer um rigoroso exame de consciência, verificando quais foram seus erros e pecados desde a última confissão. Para auxiliar nessa preparação, a empresa de *software* norte-americana *Little i Apps* desenvolveu o *Confession: a Roman Catholic App*. Disponível para sistemas *iPhone* e *Android*. (MARTINO, 2016, p.159.).

Essa interação imediata proporcionada pelo mundo virtual é o maior valor agregado das mídias digitais à religião. Diferentemente das outras formas de comunicação, o fiel-usuário pode escolher o que seguir com apenas um clique. O desafio das instituições religiosas é adaptar-se a esse novo cenário em que que você pode perder um fiel-usuário com a mesma facilidade que o conquistou. A velocidade que a tecnologia proporciona à uma pessoa em seguir uma página, uma igreja, uma personalidade ou uma ideologia, é a mesma para deixar de segui-las. Mas seu maior diferencial é a capacidade de interação:

No que tange ao caráter ritualístico das religiões, o que se destaca na internet é a capacidade de interatividade que ela dispõe ao usuário. Apesar de podermos assistir à televisão, lermos jornal e falarmos com outras pessoas ao telefone, a internet parece congrega essas funções e ainda dar ao indivíduo a capacidade de escolher a rota que quer seguir. O indivíduo trilha seu caminho em um site na rota escolhida pelos cliques. O caminho não é inventado na hora, está pré-determinado pela plataforma on-line, mas, o usuário é convidado à interação com os sites se distinguindo da televisão na qual se escolhe um canal e cruzam-se os braços. (CARLETTI, 2016, p.24).

Antenado às mudanças comunicacionais e comportamentais das pessoas perante à rede, os padres-cantores foram além das telas das televisões e dos estúdios das rádios, conquistaram as mídias sociais e seus fiéis, que eram seus telespectadores e ouvintes, transformando-os em seguidores. Eles já estão nos *smartphones*, *tablets* e computadores de seus fiéis-seguidores.

Com isso, a Renovação Carismática passa a ganhar mais uma força agregada ao movimento que, além de facilitar o alcance das pessoas também proporciona uma interação imediata: as mídias sociais.

A maioria dos padres-cantores, frutos da RCC tem sites pessoais, contas no *Twitter*, *Instagram* e *Facebook* para interagir com seus fiéis-seguidores e também publicam seus vídeos na maior plataforma do mundo, o *Youtube*.

Neste contexto surge como um fenômeno, padre Fábio de Melo, que iniciou no movimento da Renovação Carismática e tornou-se presença constante nas mídias sociais, inclusive sendo uma referência para católicos e pessoas de todas as religiões, inclusive os não religiosos.

Aprendeu a utilizar a tecnologia digital e passou a utilizá-la constantemente. Sua presença irreverente, repleta de humor despertou o interesse de pessoas de todas as religiões, quebrou regras e conquistou uma quantidade de seguidores na rede virtual. Sua estreia no mundo cibernético foi em 2009, de forma ainda discreta, conforme sua biografia:

Às 18h13 do dia 18 de julho de 2009, o padre Fábio de Melo deu o ar de sua graça pela primeira vez numa rede social. Estreou quase institucional, distante, como se fizesse uma anúncio para fãs. (ALVAREZ, 2016, p.324).

Para se ter uma ideia, no dia 1º de dezembro de 2018, o padre Fábio de Melo tinha 5 milhões e 450 mil seguidores em sua conta oficial no *Twitter*, enquanto o padre Marcelo Rossi tinha 631 mil e o Papa Francisco 16 milhões e oitocentos mil na mesma rede e no mesmo dia, o que comprova o grande alcance e visibilidade do padre brasileiro, Fábio de Melo, que será o tema do próximo capítulo, justamente por sua popularidade nas redes sociais.

3 As mídias sociais e o fenômeno padre Fábio de Melo no Brasil

A trajetória e a comunicação utilizada pelo padre Fábio de Melo são o *corpus* desse capítulo e será dividido em duas partes.

Na primeira parte são abordados os marcos de sua vida, principalmente os que ilustram seu dom artístico, sua capacidade intelectual, sua forma humanizada de pensar e as pessoas que o ajudaram a trilhar uma carreira de sucesso, até a chegada à fama, fundamentais para este estudo de caso. Enquanto que a segunda parte é focada em sua forma de comunicação, principalmente nas mídias sociais. E tem uma abordagem reflexiva sobre o papel das mídias sociais na propagação da mensagem religiosa, com base na comunicação utilizada pelo padre Fábio de Melo.

Foram apresentadas situações e fatos que mostram a ascensão, exposição e fama conquistadas pelo padre, de forma independente da Igreja Católica, a ponto de fazê-lo brilhar sozinho, com luz própria, e tornar-se um fenômeno midiático.

O recorte da trajetória de Fábio José de Melo Silva teve início a partir do momento em que ele decide ir para o seminário Sagrado Coração de Jesus em Lavras/MG, até sua exposição midiática, inclusive os conflitos em que ele esteve envolvido.

O capítulo teve como fonte de pesquisa o livro *Humano Demais A biografia de Padre Fábio de Melo*, escrito pelo jornalista Rodrigo Alvarez, autor também dos livros *Maria, Aparecida, Haiti e Depois do Inferno*. E também será baseado em pesquisas na Internet, utilizando as páginas oficiais do padre Fábio de Melo no *Twitter* e *Youtube*.

Essa análise metodológica será realizada por meio do monitoramento digital, analisando algumas das publicações do padre Fábio de Melo nas principais mídias sociais utilizadas por ele. Não é apenas uma fonte de pesquisa e sim uma forma de entender o comportamento das pessoas no mundo virtual; ou seja, como elas se relacionam com seus grupos e reagem a essa nova cultura midiática.

Esse capítulo não pretende fazer uma análise linguística do discurso, aborda apenas as mídias utilizadas pelo padre e as mensagens por ele

propagadas. Além disso, mostra a ambiguidade dessas mídias, seja como propagadora e agregadora, e também como causadora de conflitos.

Apresenta ao cientista da religião como essa comunicação moderna que se dá nas redes pode ter efeitos contrários, tanto de secularização como de dessecularização:

Com certeza, a modernização teve alguns efeitos secularizantes, em alguns lugares mais do que em outros. Mas ela também provocou o surgimento de poderosos movimentos de contrasecularização. Além disso, a secularização a nível societal não está necessariamente vinculada à secularização a nível da consciência individual. Algumas instituições religiosas perderam poder e influência em muitas sociedades, mas crenças e práticas religiosas antigas ou novas permaneceram na vida das pessoas, às vezes assumindo novas formas institucionais e às vezes levando a grandes explosões de fervor religioso. (BERGER, 2000, p. 10).

Este estudo de caso ilustra de forma lúdica, que esses movimentos, associados a uma comunicação de fácil acesso proporcionam oportunidades a personalidades como padre Fábio.

A história do midiático padre Fábio de Melo e sua forte atuação nas mídias sociais é o desenvolvimento desse terceiro e último capítulo desta dissertação de mestrado, a partir do quadro teórico visto nos capítulos anteriores.

Esse capítulo foi dividido em dois subtemas: *Padre Fábio de Melo: talento e dom artístico desde a infância* e *Padre Fábio de Melo e as mídias sociais: a construção de um perfil* e é dedicado à trajetória midiática e à atuação do padre nas mídias sociais, propagando mensagens religiosas e não religiosas e se transformando em uma celebridade, ou seja, em uma *webcelebridade*.

3.1 Padre Fábio de Melo: talento e dom artístico desde a infância

Neste tópico foram abordados alguns marcos da vida do padre Fábio de Melo, elencando alguns momentos de sua história, sua base de formação e sua trajetória artística, para que se possa entender suas características e dons artísticos e comunicacionais.

Padre Fábio de Melo é um sacerdote católico, cantor, compositor, poeta, escritor, professor e apresentador. Filho de Dorinato Bias Silva e Ana Maria Melo Silva, é o caçula de sete filhos. Ele nasceu em 3 de abril de 1971, em Formiga,

Minas Gerais. Está vinculado à Diocese de Taubaté em São Paulo e apresenta o programa *Direção Espiritual* na TV Canção Nova, todas as quartas-feiras, às 22h00 e aos sábados, às 20h00.

Em sua infância, de família pobre, conviveu com as dificuldades financeiras e com os diversos conflitos familiares, como o alcoolismo do pai, a prisão do irmão, as mortes do pai e da irmã Heloisa e com o constante sofrimento da mãe. Essas situações ajudaram a moldar a sua personalidade e podem tê-lo influenciado e até o impulsionado a seguir para o seminário. Mas o belo jovem rapaz que adorava a farra e a folia assume em sua biografia que ser padre nunca foi um sonho intrínseco, conforme diálogo relatado com sua mãe:

“Pouco antes de ir, ele olhou para mim e falou assim: “Mamãe, eu tô indo pro seminário, mas não vai ficar com a cabecinha achando que eu vou ser padre, não! Eu vou lá pra descobrir se é padre mesmo que eu quero ser... É lá que eu vou descobrir, porque aqui no mundo não vai dar pra descobrir não. Se for vontade de Deus eu ser um padre, eu vou saber lá.” (ALVAREZ, 2016, p. 127).

Desde a infância, o garoto Fábio José de Melo Silva sempre se mostrou um artista, inclusive na adolescência trabalhou com alegorias de carnaval em uma escola de samba e participou de um grupo musical em sua pequena cidade, Formiga, MG. Mas foi a convite do padre Maurício Messias de Souza Leão, formiguense que acabara de assumir o cargo de diretor do Seminário Sagrado Coração de Jesus, em Lavras que iniciou, aos 16 anos de idade, sua jornada religiosa no seminário e deu início a sua vocação religiosa sem perder seu talento artístico.

O autor (ALVAREZ, 2016, p.136) reforça o talento artístico e de comunicação do seminarista Fábio, percebido por padre Maurício desde o início. Para padre Maurício o jovem seminarista tinha alma de artista. “O Fábio sempre teve uma tendência artística muito forte...quando chegou a gente já viu isso...ele fazia poesias, desenhava... e falava muito bem.”

Esses atributos percebidos também foram aprimorados com a formação Dehoniana do Seminário Sagrado Coração de Jesus:

Os padres do Sagrado Coração de Jesus seguiam os ensinamentos de seu fundador, o padre Léon Dheon, um francês com formação em Filosofia, Teologia, Direito Canônico e Direito Civil, essa última pela Sorbonne de Paris, um intelectual que, por entender a importância da

Comunicação, como Fábio também entenderia, criou um jornal religioso, e fundou duas ordens religiosas acreditando que padres deveriam sair das sacristias, fazer parte da sociedade, influenciar nos meios culturais e sociais e, assim, contribuir para a criação de uma “civilização de amor” – mais uma parte da filosofia dehoniana que seria uma das bases das pregações do futuro padre Fábio de Melo. (ALVAREZ, 2016, p. 122).

Aos poucos o jovem seminarista Fábio foi mostrando todo seu dom; por meio da fala, das poesias, dos desenhos e até de seu humor irônico, que sempre evidenciaram sua veia artística. Inicialmente chamou a atenção por seu talento musical e passou a fazer parte da banda formada por seminaristas com o nome de *Chama Que Eu Vou*. A banda começou a tocar em festas de colégio de crianças, animaram missas, festas de 15 anos, casamentos e até velórios. A *Chama Que eu Vou* começou a fazer shows pelas cidades e contribuiu com a divulgação do seminário e também para despertar a atenção e o interesse de outros jovens pela vocação religiosa, conforme sua biografia:

Cheios de entusiasmo, ganhando uns trocados que lhe permitiam toda sexta-feira comer hambúrgueres e sorvetes no supermercado que ficava atrás da igreja, os seminaristas tocavam tanto, mas tanto, que quando perceberam estavam excursionando como se fossem profissionais, passando cada fim de semana numa cidade diferente para divulgar as maravilhas do seminário Sagrado Coração de Jesus. Padre Maurício conta que a banda de Fábio, Alessandro, Renan e companhia dava uma bela ajuda para atrair futuros padres. “*Era o marketing do seminário!*” (ALVAREZ, 2016, p.137, 138).

Como Fábio nunca teve interesse pelos instrumentos musicais acabou se firmando como o vocalista da banda. Eles cantavam músicas religiosas e não religiosas, gostavam de sertanejo e rock. Mas o talento artístico não era apenas musical, esbanjava domínio na maneira de se comunicar e nato espírito de liderança, o que foi percebido por todos desde o início.

Durante o período do seminário os jovens podiam estudar no Colégio Nossa Senhora de Lourdes, escola de freiras, particular, onde estudavam meninos e meninas de Lavras. Lá, também mostrou seu perfil de liderança e de inspiração. Tornou-se diretor artístico do centro cívico, criou tendências, organizou os eventos culturais do colégio, inclusive formando um grupo teatral com o professor James, conforme segue:

Assim, o seminarista que tinha ares de astro de rock organizou festas, “noites artísticas” e gincanas. Deu um gás danado na vida cultural do

colégio das freiras. No comando da diretoria artística, formou também um grupo de teatro com o professor James, que, além de educador e conselheiro informal dos alunos, foi escolhido para ser o diretor do grupo teatral. E logo na primeira peça, a música foi o personagem principal. (ALVAREZ, 2016, p.143).

Em uma dessas peças, o seminarista Fábio encenou a obra *Cristificação do Universo*, escrita pelo francês Teilhard de Chardin, jesuíta que teve influência na formação religiosa, filosófica e humanista do padre Fábio de Melo. (ALVAREZ, 2016, p. 143) reforça uma frase do professor James que diz que padre Fábio não é um produto criado. “*Ele não é um produto realizado depois...nem midiático...o Fábio é natural.*”

E foi em 1997, que o futuro padre, com 26 anos de idade, gravou seu primeiro CD produzido pelo grupo Vida Reluz, com três mil cópias, lançado pela gravadora Paulinas. O *show* de lançamento foi realizado em sua cidade natal, Formigas/MG.

No ano seguinte foi para a faculdade de Teologia, Dehoniana de Taubaté, onde conheceu o padre João Carlos Almeida, seu guia intelectual, conhecido como padre Joãozinho.

Formou-se em Teologia nesta faculdade de Taubaté e, foi lá que gravou mais um CD:

Convivendo com mais de sessenta seminaristas na faculdade de Teologia em Taubaté, em sua etapa de estudos antes do sacerdócio, Fabio José de Melo Silva, estaria mais próximo que nunca do padre João Carlos Almeida, aquele que, sabemos, havia sido responsável por descobri-lo no meio de muitos candidatos a cantor e levá-lo em definitivo aos estúdios profissionais de gravação musical. (ALVAREZ, 2016, p. 226).

O lançamento do seu segundo disco solo *Saudades do Céu*, aconteceu em 1999 no Rincão, um galpão da comunidade Canção Nova, em Cachoeira Paulista, com aproximadamente cinco mil pessoas.

No ano seguinte, aos 29 anos, Fábio tornou-se diácono e estava próximo de torna-se padre. E teve a honra de gravar com seu ídolo de infância, padre Zezinho, que foi o primeiro grande nome na música católica brasileira. Foi uma única música, *Canção dos Imperfeitos*, composição de Zezinho, gravada na Paulinas, na voz de Fábio de Melo para o CD *Canta Coração*.

Mais do que um padre-cantor famoso, Zezinho era audacioso, cantava com o crucifixo no peito, sem batina e sem colarinho clerical. Talvez seja a

inspiração de padre Fábio que, diferente da maioria dos padres cantores, também não utiliza batina nem colarinho.

Todo este percurso de Fábio de Melo; infância repleta de dificuldades financeiras e familiares, conflitos internos sobre a decisão de tornar-se padre, associados ao seu talento artístico, ao carisma, à formação dehoniana, a Renovação Carismática e às oportunidades de encontrar em seu caminho pessoas que o ajudaram, transformaram aquele jovem seminarista desconhecido em um pregador respeitável, carismático e um cantor religioso famoso. Pode-se afirmar que, com seus catorze anos de conventos e seis anos de trabalho musical, ele já era um profissional.

Mas foi necessário estudar para seu desenvolvimento. Fez pós-graduação em Educação, no Rio de Janeiro.

Em 15 de dezembro de 2001 Fábio José de Melo Silva foi ordenado padre e, apesar de ter conquistado visibilidade e fama, ainda não tinha noção de onde iria chegar:

No fim da turnê Canta Coração, acumulando três discos solo e uma fama respeitável em seis anos de uma carreira que se poderia chamar de profissional, Fábio de Melo adquiriu nova estatura. Estava longe daquele menino franzino que saíra de Formiga para Lavras sem ter certeza do que encontraria, longe também do Fábio namorado que vivera um caso de amor platônico e outro de amor consumado mesmo depois de fazer seus votos de castidade. Quem estava se tornando padre naquele 15 de dezembro de 2001 era o pregador respeitado que resultava das inúmeras experiências, religiosas e humanas, acumuladas por Fábio José de Melo Silva naqueles catorze anos de conventos, estúdios de gravação, palcos, amizades e muita estrada. Mas nada comparável ao que ainda estava por vir. (ALVAREZ, 2016, p.233).

Já padre, aos 31 anos de idade, Fábio de Melo mudou-se de Taubaté para Belo Horizonte/MG, e se afastou dos movimentos da Renovação Carismática (ALVAREZ, 2016, p. 236). Ele foi fazer mestrado em Teologia Dogmática na Faculdade Jesuíta de Belo Horizonte/MG, junto aos Jesuítas, no Instituto Santo Inácio – ISI.

Essa busca pelo aperfeiçoamento era um dos conselhos de padre Joazinho que sempre reforçava a importância de se buscar conhecimento contínuo para que pudesse ter conteúdo e se diferenciar.

Lá, além de estudar, ele tinha a função de coordenador da casa onde moravam os padres. Foi neste período que ele ganhou forma e conteúdo. Tornou-

se mais crítico. Seu humor irônico sempre o acompanhou a ponto de, inclusive, imitar os padres rezando missas de forma muito formal. Para o recém padre, a linguagem e a comunicação eram primordiais para a religião.

Em 2001 ele gravou o CD *As estações da vida* com a participação da banda Roupas Nova, também lançado na Canção Nova. Mas sua coleção de CDs nunca mais parou. E quanto mais ele se tornava um artista, maior era a vontade de gravar um CD não religioso. Foi o que fez em 2004 quando gravou *Tom de Minas*, uma homenagem ao seu estado, e também a alguns mineiros como Pelé, Tiradentes, Guimarães Rosa e Flávio Venturini. Essa experiência o fez perceber que ele poderia ir além dos muros da igreja:

Mesmo que não tivesse vendido muito, Tom de Minas era um grande sucesso do ponto de vista pessoal. O padre descobria que era possível gravar as músicas que quisesse sem que ninguém interferisse em suas escolhas. E começava a amadurecer a resposta para um questionamento antigo “Seria possível cantar para o Brasil inteiro e não apenas para aqueles que eram frequentadores de comunidades religiosas e que, portanto, já estavam dispostos a ouvi-lo?”

Sim, era perfeitamente razoável que um padre fosse aos ambientes não religiosos levar ideias que nem sempre comungariam da “ortodoxia” de cantores religiosos como padre Joazinho, padre Zezinho e tantos outros do elenco da Paulinas. E o padre Fábio de Melo gostou demais da liberdade que sentiu. (ALVAREZ, 2016, p.233).

Essa passagem ilustra alguns elementos da secularização, já analisados no capítulo II desta dissertação, como a necessidade que o próprio padre Fábio sente de ser reconhecido por seus próprios méritos, pelo seu talento, querer se firmar como o artista, o cantor, o personagem, Fábio de Melo, e não mais o padre da Igreja Católica.

Essa forma secular na qual a instituição igreja perde controle sobre seus sistemas religiosos, pode ser reforçado:

A ideia de secularização na modernidade ocidental implica menos na perda de influência da religião e mais em um radical processo de mudança operado no seu seio: ‘a secularização das sociedades modernas não se resume no processo de evicção social e cultural da religião com o qual ela tem sido frequentemente confundida. A secularização é um processo cultural complexo, que combina a perda de controle dos grandes sistemas religiosos (...) e a recomposição (sob a forma nova) das representações religiosas’. (CAMURÇA, 2003, p. 263).

Seu talento já estava sendo reconhecido Brasil afora e, com seu carisma

genuíno e grande poder de comunicação, padre Fábio foi ganhando visibilidade nacional; participava de programas de rádios e televisão, cantando, pregando e dando entrevistas, inclusive em programas de humor.

Em 2005 ele assume a condução do Programa *Direção Espiritual*, da TV Canção Nova, atuando como um guia espiritual aos seus telespectadores, que participam por meio de cartas, telefonemas e e-mails.

O objetivo do programa é ajudar as pessoas a permanecerem na fé cristã, apesar das adversidades da vida, por meio de palavras de ânimo e de incentivo.

Fábio de Melo, com seu dom da palavra, grande conhecimento e facilidade de comunicação, propaga suas mensagens religiosas em um tom mais voltado para autoajuda; geralmente ele escolhe um tema e faz toda uma reflexão sobre o assunto, utilizando-se de uma comunicação simples e didática.

Temas como felicidade, sabedoria, amor, administração da vida mental, simplicidade, sofrimento, angústia, depressão, perdão, são discutidos em seu programa, sempre com uma história para ilustrar o assunto. Mas ele também fala de saúde, atividade física e bem-estar. Aparentemente, ele está preparado para analisar e discutir todo e qualquer assunto que seja questionado.

Na maioria das vezes, sem usar a vestimenta de padre, ele faz de tudo para quebrar barreiras; seja pelo modo de vestir, de falar e até de interagir. O discurso religioso na opinião dele fica no subconsciente das pessoas. Ele atua como um consultor espiritual e responde às indagações e angústias de seus telespectadores.

O programa *Direção Espiritual* apresentado por Padre Fábio, exibido pela TV CN, corresponde à característica da produção da TV institucional. No caso da TVCN, uma emissora católica, com características carismáticas neopentecostal, o programa tem o intuito de ser um momento de reflexão e de espiritualidade. Padre Fábio de Melo, no início do programa, apresenta-se como padre e comunicador, que tem a missão de falar de Deus. Padre Fábio de Melo, ao responder as perguntas dos telespectadores, tende também a dar um cunho religioso na resposta e até os exemplos que ele dá são referentes às práticas religiosas da Igreja Católica. (SENNÁ, 2011, p.110).

No programa *Direção Espiritual* exibido em 30 de junho de 2005, vestindo camisa cinza e jaqueta de couro preta, padre Fábio de Melo pregou sobre as Bem-aventuranças:

Bom dia! Uma das grandes tranquilidades do meu coração, é saber que o nosso contato com Jesus é busca verdadeira, pois não há nenhuma palavra no evangelho que não nos toque o coração.

Todas as pessoas, não só as que estão aqui em Cachoeira Paulista, mas todas as que nos acompanham nesta hora, eu assumo a responsabilidade por vocês nesta hora.

Eu não sei qual foi o movimento, em que Deus soprou forte no seu coração, ou uma notícia que você nunca mais foi capaz de se esquecer! Onde há amor, não pode haver infelicidade, pode haver sofrimento, mas infelicidade não!

A Felicidade em Deus é fruto do amor! Ou sofremos a dor de amar e somos felizes, ou sofremos a dor sem amar e sofremos a vida inteira.

A fórmula da felicidade está em Mateus 5, 1... Felizes os pobres, os mansos, os que choram, os que tem fome, os misericordiosos...

Desses grande será a recompensa nos Céus.

Como entender que a sua lágrima é fonte de felicidade, é a realidade fecunda e profunda gerando rosa, isso está escrito em um texto que escrevi, 'a terceira margem do rio' pois é da terceira realidade que Jesus está falando, por que Deus não mora na superficialidade, pois para se retirar água pura, é preciso perfurar um poço mais profundo, vale o esforço, por que a água que está lá é pura e cristalina.

Só podemos falar de alegria, se experimentamos a tristeza, se você ainda não consegue descobrir o que te faz feliz, talvez seja por que ainda não foi capaz de mergulhar no profundo.

Uma cigarra para cantar, ela precisa passar um ano cultivando-se debaixo da terra, para depois cantar até explodir, talvez o canto de um dia, seja a expressão do preparo de um ano! Bem Aventurada cigarra.

Os sofrimentos Humanos, são muitos parecidos, só muda o endereço, cada um no seu canto, sofre o seu tanto, já dizia a minha mãe, ali está a sua identidade, a sua cara, no dia a dia.

Você não saberia dizer quem é você, se não dizer toda a sua história de vida, na vida não é só sofrer por sofrer, pois o sofrimento da caminhada, vale a alegria de uma chegada. (MELO, 2005)

Ele utiliza metáforas, parábolas e mensagens muito simples para ilustrar suas falas e se aproximar de seus fiéis-telespectadores:

A águia Americana, é o símbolo da nação Americana, a águia perde o poder de caçar aos 40 anos, ela toma uma decisão, ela refugia nas montanhas, nas alturas das pedras, próximos a penhascos, e entra num processo de regeneração, ela bate o bico nas pedras, para que ele caia aquela casca velha, então nasce uma casca nova, para ser um novo bico, com um bico novo ela começa um processo doloroso, de retirar as garras (unhas) velhas dos pés, então nascem unhas novas, então com um bico novo e garras novas, ela começa a arrancar as penas velhas, todo processo dura (6) seis meses, todo processo de restauração, depois desse tempo, ela vive mais, pelo menos mais 40 anos, a cigarra e a águia vivem o processo da perda, somos águias em potencial, mas ficamos ciscando como se fossemos galinhas.

Nós temos que ser decididos, ou enfrentamos o sofrimento que transforma, para recomeçar tudo de novo, ou nos sucumbimos. O grande fato é que ainda não descobrimos a força que há dentro de nós, bem encaminhado é quem descobriu este segredo, é aos poucos que vamos descobrindo.

Deus não quer ninguém caído, mas de pé, por isso que hoje, nós teólogos e psicólogos, sabemos que maturidade é fruto de empenho e luta. Quem tem medo de morrer, não vive bem, quem vive bem não teme a morte, tem gente que vive empatando, pois precisamos ter a consciência que a experiência de preparar a festa, já é uma forma de viver a festa.

A Felicidade é fazer um arroz bem feito com amor. É o processo de feitura, a felicidade é pequena, ela se torna grande quando a gente vai juntando uma na outra. ²

Em 2007 os programas passaram a ser disponibilizados em um *blog*³ de propriedade de Fabiano Castro Pereira, um admirador de padre Fábio, que faz parte do grupo de oração *Sopro da Vida*, da Renovação Carismática Católica e é consagrado irmãos em aliança da *Comunidade Católica Divino Oleiro*. Ele gera os arquivos em vídeo e em mp3 e compartilha em seu *blog* como forma de disseminar as pregações do padre Fábio de Melo.

Mas a maior plataforma de compartilhamento de vídeos do mundo, *Youtube*, também passou a abrigar os vídeos com as mensagens do padre e seu programa *Direção Espiritual*.

Isso significa que, além da exposição televisiva, o líder religioso, de fala mansa e consistente, humor irônico, liderança carismática e uma preocupação com a aparência física e o bem-estar, foi ampliando sua visibilidade e conquistando a Internet.

No *Youtube* seus vídeos, disponibilizados também no site da TV Canção Nova, começam a conquistar os católicos que passaram a assistir as mensagens do jovem padre e a compartilhar esse conteúdo para suas famílias e amigos. Pelo apelo espiritual e de autoajuda, ele foi conquistando uma legião de fãs e os vídeos foram ganhando muita visibilidade, esse fato é facilmente percebido pela quantidade de visualizações, compartilhamentos e comentários de seus seguidores.

No programa exibido em 25 de maio de 2018 ele falou sobre a angústia, depressão e ansiedade. Publicado no *Youtube*, o discurso de 53 minutos teve 102.278 visualizações. Segue parte da mensagem:

Não é só caminho aquele que nos leva para frente, é caminho também aquele que nos faz regredir, porque às vezes o avanço só é possível

² O Segredo das Bem-Aventuranças. *Wiki Canção Nova*. 30/06/2005. Disponível em: http://wiki.cancaonova.com/index.php/O_Segredo_das_Bem-Aventuranças.

³ *Direção Espiritual*: <http://direcaoespirtual.blogspot.com/p/blog-direcao.html>

quando nós honestamente nos reconhecemos que precisamos dar alguns passos para trás para buscar o que nós esquecemos. Às vezes nós esquecemos coisas importantes da nossa história, às vezes nós temos uma ilusão, nem escutam muito isso. Pessoas bem intencionadas que dizem: ah, esquece isso, já passou. Não é tão mágico assim. Sim, há muitas coisas que nós precisamos esquecer, ir adiante, esquecer as mágoas, os rancores, os ressentimentos, porque senão a gente não caminha para a frente. Ficam ali parados, estacionados. Mas às vezes a gente não pode, a gente não tem o direito de esquecer detalhes da nossa vida que ainda precisam ser corrigidos por nós.⁴

Esses programas reforçam claramente a função de um guia, um conselheiro, com mensagens de autoajuda, mas com um fundo espiritual.

Sua aparição constante na TV, seja apresentando seu programa *Direção Espiritual* na TV Canção Nova, participando de programas não religiosos, inclusive de *stand-up*, dando entrevistas em outras emissoras ou fazendo seus diversos *shows* pelo Brasil e exterior, fortalecem a postura de celebridade do líder religioso, padre Fábio de Melo. Ele conquistou milhares de fãs, principalmente pela oportunidade dessa exposição proporcionada pelas mídias e precisa dar sustentação a essa imagem conquistada:

As celebridades precisam de uma boa assessoria para não somente administrar seus espetáculos milionários, garantindo uma audiência cativa, mas também para, em meio aos escândalos que, porventura, possam vir à tona, preservarem a imagem, sempre positiva, da celebridade. (SENNA, 2011, p.76).

Em seu estudo sobre o padre (MOREIRA, 2013, p.98,99) diz que Fábio de Melo é um exemplo de alguém que ascendeu ao olimpo religioso, como mostra sua trajetória de vida. A autora ainda reforça:

Edgar Morin dedicou um capítulo de sua obra *Cultura de Massa no Século XX: O Espírito do Tempo* (1969) aos novos olímpicos. Conforme o autor, integram o novo olimpo não somente os astros de cinema, mas também os campeões, os reis, os príncipes, os playboys, exploradores e artistas célebres (Morin, 1969, p. 111). Por mais visionária que seja a obra do teórico francês, ela não contemplou a ascensão ao olimpo de líderes espirituais, até porque esses, à época, procuravam ser reclusos e discretos. Passadas mais de quatro décadas do lançamento da obra, a postura de muitos desses líderes mudou e alguns deles cederam aos encantos da mídia, passando a fazer parte do rol das celebridades. (MOREIRA, 2013, p.98).

⁴ Direção Espiritual. Pe Fabio de Melo. Quando andamos angustiados, deprimidos e ansiosos. 23/05/2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=9G-wKmoW_yc

Padre Fábio de Melo passa de um líder religioso carismático a uma celebridade religiosa com mensagens religiosas e não religiosas, utilizando-se da televisão e principalmente das mídias sociais disponíveis para sustentar este perfil.

3.2. Padre Fábio de Melo e as mídias sociais: a construção de um perfil

É fato notório que o mundo está globalizado e conectado às redes. As pessoas participam de grupos, seguem personalidades e formadores de opinião, postam, curtem e compartilham o que querem, muitas vezes sem filtros e sem confirmação da fonte.

Essa realidade faz com que todos sejam protagonistas e participantes da comunicação nas mídias sociais. São bilhões de pessoas ao redor do mundo *online*, conectadas pelos seus aparelhos móveis que se sentem livres pelo poder de comunicação proporcionado pelas mídias. Essa abertura e disseminação da mensagem foi mencionada na obra *Do púlpito à Mídias Sociais*:

Bilhões de pessoas tornam-se usuários da internet no mundo, e outros tantos bilhões assinantes de telefonia móvel. Isso mostra que esses são tempos em que a Internet se consolidou como estrutura aberta para acesso e disseminação de conteúdo (CUNHA, 2017, p. 168).

No Brasil essa realidade não é diferente. Analisando a utilização da plataforma digital no maior país da América Latina, percebe-se que há um uso exagerado da rede. O Brasil é um dos países em que há a maior utilização das mídias sociais no mundo e é o terceiro no *ranking* mundial de quem passa mais tempo na Internet.

Outro fato a ser analisado é a forma como o brasileiro utiliza os aplicativos como fonte de informação. Segundo estudos do *Digital News Report*, de 2017 o Brasil é o segundo país do mundo onde as pessoas mais se informam pelo *WhatsApp*. De acordo com a pesquisa, 46% dos brasileiros utilizam este aplicativo como fonte de informação.

No início de 2018 o Brasil estava próximo a 140 milhões de pessoas conectadas à Internet, desse número, 130 milhões utilizam as redes sociais, sendo que 120 milhões acessam por meio de seus celulares.

De acordo com a pesquisa realizada pela agência *We are Social* e a plataforma *Hootsuite*, em 2017, divulgada pelo site G1, os brasileiros gastam em

média nove horas diárias conectados na *web* sendo que três horas são gastas acessando as redes sociais.

Dentre as mídias, o *Youtube* é a plataforma mais acessada, seguida pelo *Facebook*, conforme *ranking* divulgado pela *SimilarWeb*:

De acordo com o ranking do *SimilarWeb*, nós passamos cerca de 20 minutos e 33 segundos a cada vez que acessamos o YouTube e, durante esse período, acessamos uma média de 9,6 páginas do serviço. Logo depois, com 13 minutos e 55 segundos por acesso, vem o *Facebook*, com 11,8 páginas por visita.⁵

Esses dados mostram o quanto a presença das pessoas nas redes sociais cresceu e modificou a maneira de se comunicar e até de se relacionar na sociedade.

Diante desse contexto pessoas desconhecidas ganham visibilidade e conquistam seu momento de fama. É um ambiente aberto e democrático que tem espaço pra todos, sem restrições. Há uma exposição contínua de pessoas comuns e *webcelebridades*, principalmente por ser um meio de comunicação rápido, fácil e sem custos.

As pessoas estão mais preocupadas em aumentar a quantidade de amigos na rede, conquistando seguidores, do que de fortalecer suas amizades reais. Isso gera pessoas mais isoladas que acabam se afastando das pessoas, mesmo estando dentro da mesma casa. Esse é um dos maiores problemas gerados pelas mídias sociais. Segundo estudo, o número de amigos reais está reduzindo, enquanto há um aumento significativo no número de contatos virtuais, conforme segue:

As amizades na internet não são sequer mais numerosas do que na vida real. De nada adianta ter 500 ou 1 000 contatos no Orkut. É impossível dar conta de todos eles, porque o limite das relações humanas é estabelecido pela biologia. O número máximo de pessoas com quem cada um de nós consegue manter uma relação social estável é, em média, de 150. (SCHELP, 2009, pg.94)

As mídias sociais, são verdadeiras arenas públicas, onde o espaço é democrático, espontâneo e constante.

⁵ COELHO, Taysa. 10 fatos sobre o uso de redes sociais no Brasil que você precisa saber. Techtudo. 09/02/2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/02/10-fatos-sobre-o-uso-de-redes-sociais-no-brasil-que-voce-precisa-saber.ghtml>

A rede também é o espaço encontrado pelos tímidos que nunca tiveram coragem de se expor, e é um palco aberto disponível para os exibicionistas que aproveitam a oportunidade de exposição oferecida pelas mídias.

Infelizmente ela também é um perigo para as pessoas mal intencionada que aproveitam a facilidade para ofender, extorquir, e até cometer crimes virtuais, como por exemplo, o *cyberbullying*, que é o *bullying* virtual, feito para prejudicar, denegrir ou hostilizar a imagem e até mesmo a reputação das pessoas:

A popularidade das redes sociais é mundial e vem da grande quantidade de coisas para se fazer nelas. Diante disso, esses meios de comunicação são utilizados por todos os tipos de pessoas, inclusive as mal intencionadas, que buscam cometer algum tipo de crime, virtualmente. Podemos citar como exemplo o mais comum deles, o *cyberbullying* ou *bullying* virtual, onde os indivíduos buscam prejudicar, denegrir e hostilizar a imagem de outros usuários. Com o objetivo de envergonhar e prejudicar alguém, as redes sociais são os meios mais eficazes e rápidos para essa prática. (CAMPOS, SILVA, 2012, p.4)

As redes sociais pela facilidade de acesso e baixo custo é o meio mais eficaz e rápido para essas práticas.

Essas mídias também facilitam a propagação da notícias falsas, as chamadas *fake news*, que muitas vezes confundem e manipulam as pessoas.

Na comemoração do 52º Dia Mundial das Comunicações Sociais, a Igreja Católica também se pronunciou sobre este assunto, por meio da carta do Papa Francisco com o tema *Fake News e jornalismo de paz*:

As *fake news* tornam-se frequentemente virais, ou seja, propagam-se com grande rapidez e de forma dificilmente controlável, não tanto pela lógica de partilha que caracteriza os meios de comunicação social como sobretudo pelo fascínio que detêm sobre a avidez insaciável que facilmente se acende no ser humano. As próprias motivações económicas e oportunistas da desinformação têm a sua raiz na sede de poder, ter e gozar, que, em última instância, nos torna vítimas de um embuste muito mais trágico do que cada uma das suas manifestações: o embuste do mal, que se move de falsidade em falsidade para nos roubar a liberdade do coração. Por isso mesmo, educar para a verdade significa ensinar a discernir, a avaliar e ponderar os desejos e as inclinações que se movem dentro de nós, para não nos encontrarmos despojados do bem «mordendo a isca» em cada tentação. (PAPA FRANCISCO, 2018).

Na mesma carta reforça as redes sociais nesse processo:

A sua difusão pode contar com um uso manipulador das *redes sociais* e das lógicas que subjazem ao seu funcionamento: assim os conteúdos,

embora desprovidos de fundamento, ganham tal visibilidade que os próprios desmentidos categorizados dificilmente conseguem circunscrever os seus danos. (PAPA FRANCISCO, 2018)

As pessoas estão se isolando e vivendo em um mundo superficial, sem diálogo, sem interações verdadeiras. Por outro lado, é impossível não pensar na evolução da comunicação e nas facilidades geradas pelas mídias sociais à sociedade contemporânea. É uma dicotomia.

Diante do contexto da facilidade de exposição e da propagação da comunicação, surgem diversos personagens nas redes, que usam deste recurso para fortalecer sua imagem e ganhar mais visibilidade, em todos os segmentos da sociedade.

Padre Fábio de Melo aproveitou as redes sociais para propagar ainda mais sua popularidade e reforçar seu *apeal* como celebridade.

Foi em 2009 que estreou nas redes, utilizando a mídia *Twitter*, criada pelo estagiário do escritório que o assessorava no mundo musical:

Às 18h13 do dia 18 de julho de 2009, o padre Fábio de Melo deu o ar de sua graça pela primeira vez numa rede social. Estou quase institucional, distante, como se fizesse um anúncio aos fãs.

“oi minha gente, estou preparando o livro que dará continuidade ao ‘Mulheres de aço e de flores.’ O título será ‘Mulheres cheias de graça’ Abç. Para uma estreia, pode-se dizer que foi até razoável. Recebeu 67 curtidas e 39 *retweets*. (ALVAREZ, 2016, p.324).

Inicialmente suas publicações eram para anunciar *shows* e até para contar um pouco sobre o seu dia e a rotina eclesial. Mas não havia na Internet o mesmo sucesso das mídias televisivas e radiofônicas que ele conquistara.

Em 2011 quando publicou a frase “*Na tentativa de desenvolver uma espiritualidade, muita gente se limita a encontrar uma religião*”, que conquistou 357 curtidas, percebeu que as pessoas não queriam saber sobre o mundo religioso ou sobre os compromissos sacerdotais de um padre:

Fábio de Melo finalmente percebeu que seu público não estava interessado em reuniões com padres ou bispos, nem em republicações impessoais de matérias de revistas. O povo do *Twitter* queria ver naquelas linhas curtas o mesmo padre que via nos shows, entrevistas e pregações. E o @pefabiodemelo ficou cada vez mais parecendo uma mistura de seu show bem-humorado. (ALVAREZ, 2016, p. 325).

Aos poucos foi conquistando uma legião de fãs na Internet,

principalmente pelo seu modo irônico, bem humorado e crítico de falar sobre a vida, o cotidiano, as pessoas. Em 2013 já tinha mais de 300 mil seguidores:

Em pouco tempo, o número de seguidores saltou da casa dos 300 mil para 1 milhão. O padre olhava para o mundo de um jeito incomum, levando seus seguidores a rirem e refletirem ao mesmo tempo. Às vezes fazia piada sobre a própria internet. “*O rapazinho visita regularmente o meu Twitter para alimentar o Instagram dele. Copia as frases como se fossem dele. Deus tá vendendo!*” (ALVAREZ, p.326)

Essas plataformas permitem tanto ao emissor quanto ao receptor da mensagem quantificar se a mensagem chega ao seu destino, se ela é aprovada ou não, por meio da quantidade de visualização, de curtidas e de compartilhamentos. E, ao mesmo tempo, possibilita uma análise qualitativa por meio dos comentários publicados, que é o *feedback* espontâneo. Além disso, de forma mais superficial, promove uma interação entre o emissor da mensagem e também entre os seguidores.

O sucesso de suas publicações chamou a atenção de Fábio Porchat, famoso humorista, que comandava o programa de maior sucesso à época, na internet, *Porta dos Fundos*, que em 2015 o convidou para participar de um dos seus programas:

Porchat gostou tanto dos comentários do padre que resolveu convidá-lo a participar de uma série de episódios de seu programa. Não era tentador? Fábio de Melo, o padre, ao lado de Fábio Porchat, um dos poucos humoristas brasileiros que faziam sátira, justamente, com a religião. No fim de 2015, Porchat telefonou a Fábio de Melo fazendo a proposta. O padre gostou da lembrança, mas educadamente recusou o convite, pois não se sentia confortável de participar de um programa que costumava ridicularizar aquilo que ele tão seriamente pregava. (ALVAREZ, 2016, p.326).

No mesmo ano começou a usar o *Instagram* para publicar fotos e mensagens com o mesmo teor bem-humorado e crítico utilizado no *Twitter*. Aos poucos ele foi conquistando pessoas de todas as religiões e até os não religiosos:

O padre Fábio de Melo passou a publicar fotografias acompanhadas do mesmo tipo de comentário divertido no *Instagram* e, dominando o que havia de mais moderno na comunicação, se aproximou também de evangélicos, judeus, muçulmanos e ateus. Fazendo piada. Criticando a sociedade. Dizendo verdades que poderiam estar em suas pregações, nos shows ou nos livros que o mercado classifica como de “autoajuda”. Enfim, Fábio de Melo sentia que estava mais uma vez cumprindo sua

função de padre evangelizador, levando a milhões de brasileiros a mensagem de Jesus Cristo, modernizada, certamente, mas não descaracterizada como alguns críticos preferiram dizer. Muitas vezes, no entanto, reconheceria que seus comentários na internet não tinham mensagem alguma, eram só comentários. (ALVAREZ, 2016, p. 327)

O padre Fábio de Melo tem sido uma referência no uso das mídias sociais. Já faz parte de sua rotina diária publicar suas mensagens aos seguidores, indagações, reflexões religiosas e não religiosa.

Durante uma entrevista para o programa *Esquenta*, da TV Globo, apresentado por Regina Casse, em 20 de dezembro de 2015, padre Fábio, na época com mais de um milhão de seguidores foi questionado sobre o uso das mídias sociais e reforçou que o *Twitter* é a mídia que usa de maneira especial, pois consegue mostrar-se como ser humano e não como padre:

Já tem um bom tempo que eu usava, de maneira especial o *Twitter*, mas ele foi descoberto tem pouco tempo. As pessoas viram o meu lado mais descontraído. Eu sempre fui muito tímido. Mas sempre fui muito observador. E o bom humorista é aquele que observa o cotidiano, eu percebo as pessoas, eu decoro as pessoas. Então, da mesma maneira que elas me emocionam positivamente, me agregam, elas também me fazem rir o tempo todo. Eu sempre digo que a vida ela só é desagradável para quem não quer ver o teatro a céu aberto que é o tempo todo. ⁶

Indagado pela apresentadora sobre quem são as pessoas mais chatas na Internet, ele respondeu:

Os moralistas. São aqueles que não conseguem entender que a gente fala sério, mas que não há nenhum problema a gente ser descontraído. E sempre tem aquele que acha que tudo o que a gente fala, eu por ser padre, que tudo o que eu falo tem que ser sério. ⁷

Sobre o tempo em que passa na Internet o líder religioso disse que “a utiliza apenas em seus deslocamentos”. E quando questionado sobre como usar as mídias sociais para se relacionar bem ele afirmou:

Eu acho que a gente nunca deve retrucar o mal. Que toda vez que a gente tenta se defender de alguma maldade, atacando também, a gente reforça o mal no mundo. Eu acredito que a melhor maneira que nós temos de vencer o diabólico nas estruturas sociais é a gente fingindo que ele não

⁶ Padre Fábio de Melo comenta sucesso nas redes sociais.20/12/2015. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/4688376/>

⁷ Idem, *Ibidem*.

existe. Então, se eu dou voz àquele que me agride, eu estou corroborando aquela agressão e acabo estendendo um pouco este rol de destruição que muitas vezes pode se tornar.⁸

Em entrevista à Marília Gabriela, em 19 de janeiro de 2014, ele disse que se preocupa com a relação virtual das pessoas que abandonam a própria realidade:

As relações virtuais, eu tenho uma preocupação muito grande quando a gente percebe que as pessoas abdicam da realidade que possuem para poder investir o seu tempo, o seus sonhos, as suas expectativas em uma realidade que está do outro lado. Que a gente não sabe quem é, que a gente não tem a menor ideia do que seja real naquilo que é dito. Então muitos relacionamentos virtuais eles são feitos a partir de idealizações, eu não digo para você quem eu sou, eu digo para você quem eu gostaria de ser e você corresponde a essa mentira. E você também não diz quem você é, você diz quem você gostaria de ser. E, às vezes, as pessoas perdem tempo, um tempo precioso das suas vidas alimentando esses papéis.⁹

Na mesma entrevista, a apresentadora o questiona sobre sua relação com as mídias sociais e ele diz que elas alimentam uma ilusão:

Eu tenho *Facebook*, tenho *Twitter*, tenho *Instagram*. As palavras têm um poder muito grande sobre nós. Eu descubro você lá no *Facebook* e te mando um pedido de amizade. Ai você me vê, se quiser me aceitar você clica e me aceita, e ai eu recebo aquele comunicado: pronto, agora vocês são amigos! Olha que coisa mentirosa. Isso é muito mentiroso. E muita gente alimenta essa ilusão.¹⁰

Então, a jornalista pergunta a opinião dele sobre o que está faltando para essas pessoas que estão se alimentando dessas ilusões:

Nos falta realidade. Nos falta oportunidade e disposição para lidar com o que é precário. É a história da nudez: nós estamos expulsos do paraíso e de alguma maneira a gente tem que dar um jeito de encontrar uma roupa que nos abrigue desse frio existencial. Então, onde estão as roupas que nos abrigam? Essas roupas precisam ser reais. Eu preciso ter amigos de verdade, eu preciso ter amigos que eu conheci defeitos e qualidades e eu elegi para estarem ao meu lado. E, muitas vezes na relação idealizada a gente não permite esse encontro. A gente abre mão do que é real. Ai vamos viver imaturos a vida inteira, com as frases do Pequeno Príncipe, que eu acho que deveriam ser abolidas da humanidade: *Tu te tornas eternamente responsável por aquilo que cativas*, isso é péssimo.¹¹

⁸ Idem, *Ibidem*.

⁹ Trecho de entrevista do Padre Fábio de Melo a Marília Gabriela. Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). 19/01/2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NXAP1x12lbg>

¹⁰ Idem, *Ibidem*.

¹¹ Idem, *Ibidem*.

Essa ilusão alimentada pelas mídias sociais foi tema de diversos programas *Direção Espiritual* por ele conduzidos. Em seus programas ele costuma aconselhar seus fiéis e telespectadores a terem cuidado com o uso excessivo das mídias.

No *Direção Espiritual* exibido em 06 de fevereiro de 2013, com o tema *Vida Virtual*, ele lê a carta de uma jovem que pede conselhos ao padre, já que sua mãe está viciada nas mídias sociais a ponto de prejudicar o casamento e a vida familiar:

É uma menina, na verdade uma moça de 22 anos, que escreve assim: Padre Fábio, eu estou muito preocupada com minha mãe, há mais ou menos um ano ela descobriu as redes sociais e desde então tornou-se um vício pra ela.

Minha preocupação, Padre, não é sem razão. De uns meses pra cá minha mãe colocou uma senha no computador e, às vezes, ela passa madrugada inteira, Padre, conectada no *chat* do *Facebook*. Isso tem sido causa de brigas frequentes entre ela e meu pai.

Ela se defende, diz que é muito sozinha, que não tem amigos, e que os melhores amigos que encontrou na vida são todos virtuais.

Eu tenho 22 anos, já estou terminando a minha faculdade, sou filha única, trabalho e fico pouco em casa. Meu pai também está sempre ausente por causa do seu trabalho, que o faz viajar muito e isso faz com que minha mãe fique muito solitária em casa. Desde que ela descobriu essas redes sociais isso tornou-se um vício na vida dela.

Sinto, Padre, que meu pai está muito intolerante com tudo isso e percebo que já existe uma crise estabelecida no casamento deles. Estou muito preocupada. Tento conversar com ela sobre o assunto, mas ela não me permite e diz que ela é minha mãe e que eu não tenho o direito de falar absolutamente nada sobre o comportamento dela, que ela não se mete na minha vida e que portanto eu não devo me meter na vida dela. Minha mãe, Padre, tem se comportado como se fosse uma adolescente, fico envergonhada e não sei o que fazer. Como posso ajudá-la, Padre?¹²

Em sua resposta ele fala dos benefícios que as mídias sociais geraram para a comunicação, e também da possibilidade de aproximação e integração que ela pode causar, ajudando inclusive as pessoas a encontrarem e conquistarem amigos de verdade.

Eu também, minha gente, fico muito preocupado no papel que essas redes sociais muitas vezes desempenham na nossa vida. Eu sei que é agradável. Eu sei que muita gente descobre amigos de verdade. Eu sei que as redes sociais, elas diminuem a distância, a gente fica próximo de quem admira, a gente fica próximo... a gente faz grupos de amizade. Eu vejo, eu me lembro que da última viagem pra terra santa, foi uma viagem

¹² *Vida virtual*. Padre Fábio de Melo. Programa *Direção Espiritual*. 06/02/2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dqWArSYQ2Lo&feature=youtu.be>

maravilhosa, nós ficamos em 220 pessoas, para vocês terem uma ideia, peregrinando durante 10 dias pela Jordânia e Israel, e nós saímos de lá vários grupos de amigos mesmo, aqueles ônibus criaram uma fraternidade tão grande, porque nessas peregrinações a gente fica junto o tempo todo, são 24h convivendo, né? E é claro que “dali” essas pessoas saem motivadas a continuarem, é uma forma de estender aquela viagem para suas vidas. E ali, nós temos lá o Facebook, as comunidades, os viajantes”, os peregrinos da Terra Santa e eu acho bonito a maneira como eles partilham fotos, as alegrias da viagem que ainda duram até hoje, porque uma viagem para a Terra Santa não termina nunca dentro da gente, sobretudo por causa dos amigos que a gente fez lá.

De vez em quando eu vejo os ônibus, porque eram dividido em ônibus. O ônibus vermelho, o ônibus amarelo. O ônibus vermelho se comunicando entre eles para que eles possam se encontrar, para que possam fazer uma confraternização, ou até mesmo combinando novas viagens. Isso é muito saudável!

É importante, eu gosto de dizer isso: a gente precisa estar próximo de quem nos faz próximos de Deus. Então, de repente, você descobre que naquele grupo virtual você tem amigos que lhe faz, que lhe fazem ser amigo de Deus. Então pronto, isso é um valor.¹³

Mas reforça que o mundo virtual não pode prejudicar a nossa vida real:

O que a gente não pode permitir é que essa vida virtual venha a abarcar, isto é, tomar conta de toda nossa vida. A gente não pode esquecer que a gente tem pessoas do nosso lado, que a vida é real, que a vida é concreta, que eu tenho que me preocupar com meus filhos, que eu tenho que me preocupar com meu marido, que eu tenho que me preocupar com a minha esposa, que eu não tenho direito de ficar tirando muito tempo do meu dia, da minha dedicação, para ficar lá, naquele *Facebook* o tempo todo, naquele *Twitter* o tempo todo, no e-mail, nas salas de bate-papo, eu preciso dosar. E eu fico preocupado como, muitas vezes, essas redes nos infantilizam mesmo, nos retiram da responsabilidade, melhor dizendo. Não é só infantilizar, é nos fazer esquecer que nós temos responsabilidade.

Ao mesmo tempo em que explica sobre o que está acontecendo nas relações humanas em função do novo comportamento com as mídias sociais ele também fala que fica se policiando em relação ao tempo que ele gasta por dia na Internet:

Eu mesmo, eu fico me policiando, quanto tempo eu gasto do meu dia na minha internet? Minha gente, isso aqui é um perigo ó! (Pega o celular) Tudo é urgente, tudo é importante. Já observou que hoje tudo é importante? Parece que alguma coisa mudou, nós estamos considerando que tudo agora é importante. Eu estou jantando e aí eu paro: gente, desculpa que esse e-mail aqui eu preciso responder agora. Aí começa (gesticula com o celular). Isso é mentira! Não tenha nada nessa vida que não possa esperar terminar um jantar que você está fazendo com seus amigos, com seu esposo, com seus filhos. Você precisa entender que os meios virtuais, e a vida vai ser cada vez mais assim, gente, não tem como voltar atrás, você precisa entender que essa vida virtual é apenas um complemento, uma parcela, ela nunca pode ser maior do que a vida real.

¹³ Idem, *Ibidem*.

E vida real ... não estou dizendo que a vida virtual não é real, não estou dizendo que aqueles amigos não são de verdade, não! Eu só acho que você não tem o direito de colocar na vida virtual mais importância do que seus relacionamentos, do que as suas urgências. O que que realmente é urgente na sua vida? ¹⁴

Ratifica que as mídias sociais podem se tornar um perigo a ponto de fazer com que as pessoas se afastem e até percam quem são importantes em suas vidas:

E é muito preocupante isso. Imagina uma menina de 22 anos tentando convencer a mãe de que o comportamento está inadequado. Tá vendo como os papéis se invertem? Porque hoje é muito comum que a gente encontre pessoas realmente, esquecendo da maturidade que já alcançou na vida e regredindo. Isso é muito perigoso! Isso pode regredir. Esses relacionamentos virtuais quando não bem administrados, eles podem fazer abrir porteiças na sua vida que depois você não sabe fechar mais. Minha gente, quanto casamento está sendo terminado, está sendo minado por causa destas benditas redes sociais. Mal utilizadas, né? Mulheres que se envolvem afetivamente com outros homens. Porque é claro, do outro lado do computador todo mundo é lindo, todo mundo é maravilhoso, todo mundo é compreensivo, todo mundo é amigo, todo mundo é solidário. E a gente sabe que às vezes você está lá vivendo uma dificuldade com seu marido, e seu marido não é tão perfeito assim como você gostaria que ele fosse, e de repente você tem um amigo ali do *Facebook*, de *Twitter*, sei lá de que, que começa a dizer coisas bonitas para você, coisas que seu marido não sabe dizer, ou começa a lhe tratar de um jeito que seu marido não trata e você vai caindo nesta ilusão, e você vai permitindo que está ilusão vá crescendo dentro de você e, de repente, você está se distanciando do que você realmente ama, de quem realmente lhe ama, para alimentar um contexto de ilusões que pode ser absolutamente destrutivo para você. Muito cuidado! Muito cuidado, onde você gasta seu tempo, com quem você gasta seu tempo e onde você se ampara afetivamente. ¹⁵

E finaliza reforçando que se não forem utilizadas de maneira correta, podem prejudicar muito a vida das pessoas, apesar de seus benefícios:

Volto a dizer, as redes sociais bem administradas, bem articuladas, elas nos ajudam a criar vínculos positivos, mas elas precisam ser muito bem administradas, porque senão a gente pode se exceder e a gente pode esquecer quem nós somos e como devemos nos comportar. Perigo, viu? Muito perigoso mesmo! ¹⁶

Ao mesmo tempo em que faz críticas, publica no seu *Twitter*, mensagens em que reforça a sua necessidade da Internet, como a publicada em 2 de novembro de 2018:

¹⁴ Idem, *Ibidem*.

¹⁵ Idem, *Ibidem*.

¹⁶ Idem, *Ibidem*.

Gostaria de dispor de um discreto dispositivo no alto da cabeça que pudesse irradiar um poderosíssimo sinal de *Wi-Fi* que, mesmo em condições adversas, oferecesse gratuitamente internet a todos.¹⁷

O *Twitter* é a mídia social mais utilizada pelo padre. Em sua página oficial com mais de cinco milhões de seguidores, é comum encontrar frases reflexivas, irônicas, superficiais, críticas e, raras vezes, religiosas.

E o que chama mais a atenção é a quantidade de visualizações, curtidas, compartilhamentos e comentários que suas publicações recebem. Seus seguidores parecem gostar mais das mensagens superficiais. Frases simples como “*Elegância é se vestir de gentileza*”¹⁸, publicada em 28 de outubro de 2018, chegou a mais de 42 mil curtidas, “*Se é para se embriagar que seja de felicidade, alegrias nunca são indigestas*”¹⁹, 25 mil curtidas, e até pedidos fúteis como “*Me traz um café na cama, que eu tô exausto, pelo amor de Deus*”²⁰ foram curtidas por mais de 12 mil pessoas.

Já a crítica ao horário de verão no dia 3 de novembro de 2018, teve mais de 30 mil curtidas e 814 comentários:

Esse horário de verão deve ter sido uma invenção daquele grupinho de meia dúzia de pessoas que passa dia e noite pensando em formas de prejudicar a vida das outras.²¹

Suas mensagens no *Twitter* são predominantemente não religiosas, mas em meio a uma quantidade significativa de publicações, é possível encontrar alguma com teor religioso, como por exemplo, a do dia 31 de outubro de 2018, “*Eu sou Dele representante legal na terra. Deixa comigo que eu entrego*”²², com apenas 2,5 mil curtidas.

Além disso, ele faz questão de mencionar que não consegue ficar sem internet, conforme frase publicada em 28 de agosto de 2018: “*Três horas na estrada*

¹⁷ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1058338937083752448>

¹⁸ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1056494233639628801>

¹⁹ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1055200601817210894>

²⁰ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1056849426105405440>

²¹ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1058919231163641856>

²² *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057710603459026944>

*sem sinal de internet e a gente tem a sensação de ter perdido metade da vida*²³.

Ao mesmo tempo, padre Fábio de Melo questiona o mundo virtual quando também publica em seu *Twitter* críticas ao mundo das pessoas no *Instagram*:

O *Instagram* é um moderno paraíso de ilusões. Pessoas ávidas por fazerem parecer ter uma vida incrível, enquanto outras, sem perceberem que o fazem, reforçam o equívoco dos que se iludem. É uma procissão profana, Alguns poucos nos andores sendo carregados por muitos outros. (*Twitter*, 5 de setembro de 2018).²⁴

Considerado o rei das mídias sociais no Brasil, padre Fábio de Melo, reforça em todas as suas entrevistas o quanto aprecia a utilização das redes para se aproximar de seus fiéis, admiradores e seguidores e também pela oportunidade de fazer novas amizades.

Em uma entrevista ao portal iBahia, o padre mencionou o motivo pelo qual utiliza as redes sociais. Na mesma oportunidade reforça que as pessoas o seguem nessas mídias como padre e como ser humano:

As redes sociais nos proporcionam encontros, alguns muito inusitados com pessoas que jamais parariam para nos ouvir. É a oportunidade que temos de fazer amizades, criar vínculos, de falar com leveza, do dia a dia, é isso que tenho aproveitado. Todas as pessoas que me acompanham hoje, me acompanham como padre, mas também como ser humano. E no dia a dia divide tudo que é parte da minha história.²⁵

Na mesma entrevista, questionado sobre as críticas que recebe em relação à sua forma divertida de usar esses recursos, ele admite:

Faz parte da nossa vida. Nós vivemos a vida dialética. Algumas pessoas concordam com meu jeito bem humorado, outras nem tanto. Eu vou seguindo de acordo com minha consciência, que eu acho que é o mais importante.²⁶

Tanto é que, no programa *Direção Espiritual*, exibido em 18 de novembro de 2015 ele fala sobre amizade, amor e mídias sociais, fazendo uma crítica às

²³ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo
<https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1034555039463993347>

²⁴ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo
<https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1037338782402572289>

²⁵ Padre Fábio de Melo fala sobre redes sociais, críticas e Ivete Sangalo. Disponível em: <https://www.ibahia.com/detalhe/noticia/padre-fabio-de-melo-fala-sobre-redes-sociais-criticas-e-ivete-sangalo/>. Acesso em 01 de setembro 2018.

²⁶ Idem, ibidem.

peessoas que buscam nos relacionamentos virtuais a felicidade:

Depois de você descobri que não sou mais sozinho...mas ai a gente descobre que existem algumas pessoas que chegam em nossa vida que não são nada da gente...você nem sabia que aquela pessoa existia e, de repente ela se torna parte integrante de você. Sabe qual é a minha definição? Amar é a gente andar nas veias um do outro, a gente ser sangue do mesmo sangue...ai a gente descobre aquele amigo, que a vida lhe deu...e com todo respeito aos meus irmãos, existem amigos que são mais que irmãos. Eu nem sabia que aquela criatura existia, e ela chegou para enriquecer a minha vida. Isso vale mais do que um prédio. Não traia um amigo por nada nesse mundo, porque um amigo é uma preciosidade que o dinheiro não pode comprar. Você pode comprar companhia, você pode comprar companheiros, mas um amigo, não tem dinheiro no mundo que pague. Você está cheio de companheiros porque você está pagando a conta, está oferecendo isso, está oferecendo aquilo... Perde para ver quem é que vai ficar do seu lado. É o Zé Mané, aquele que estava sempre do seu lado, mesmo quando você não tinha nada, ele tentava te alertar que aqueles outros não eram seus amigos. E você abandonou o Zé Mané porque os outros amigos eram mais legais.

E tem aqueles felizinhos “eu tenho cinco mil amigos no *Facebook*”. Pois é, você que tem cinco mil amigos no *Facebook* que não lhe falte um de verdade na hora que você precisar. E nós não precisamos de cinco mil amigos não, que a gente nem da conta. Aquela história “eu quero ter um milhão de amigos...” eu não quero não, um milhão é demais! Eu quero ter menos para ter bons. Então, preste atenção nas pessoas que não lhe permitem ser sozinho, pelo simples fato delas existirem...²⁷

Este vídeo publicado no *Youtube* alcançou 18.855 visualizações. O que reforça a propagação da mensagem pela Internet.

Ao mesmo tempo em que faz críticas às mídias sociais em suas entrevistas, em seu programa *Direção Espiritual*. Ele se contradiz, ao usar, principalmente o *Twitter* de forma contínua, e também pelas suas mensagens em que deixa claro que não consegue ficar sem internet.

Em sua biografia (ALVAREZ, 2016, p. 396, 398,) o próprio padre Fábio percebe que iria revolucionar o Brasil com o uso do *Snapchat*, conquistou dois milhões de seguidores em poucas semanas, seus vídeos viralizaram no *Youtube* e ele tornou-se o fenômeno das mídias sociais.

A sua maneira de se comunicar é seu grande diferencial, principalmente pelo seu carisma e pela forma descontraída e informal que utiliza em suas mensagens, atraindo pessoas de todas as idades, classes sociais, crenças e gêneros.

Legitimidade e emoção também são características do padre Fábio de

²⁷ Amizade, Amor e Redes Sociais. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fkobUgdv-T8>

Melo. Ele fala com afetividade e tem conhecimento teórico, o que fortalece seu discurso. Sabe explorar seu talento e utiliza as mídias sociais para propagar suas ideias, conquistar pessoas e cultivar seguidores. Sua forma descontraída de se comunicar é uma de suas maiores habilidades.

Capra (2017) salienta que “após seu reconhecimento como líder, o carisma é provado a medida em que seus seguidores aumentam”.

Com base nesta afirmação fica evidente o carisma do padre Fábio, já que o aumento na quantidade de seguidores é contínuo; além de suas páginas oficiais, ele possui uma legião de fãs clubes que criam e publicam diversas mensagens utilizando suas imagens, frases, fotos e vídeos e contribuem com a multiplicação e disseminação de suas mensagens.

Com base nas consultas em suas mídias oficiais, nas mensagens publicadas pelos seus fãs e seguidores, percebe-se que há um reconhecimento de seu grupo, o que o torna de fato um líder carismático:

A legitimidade do líder carismático, seja ele profeta, mago, herói revolucionário, etc., deriva, portanto, não da tradição de cargos, ou da autoridade pré-estabelecida da posição social que ocupa. Ao contrário, o portador dos dons carismáticos (em sua forma pura e inicial, ou seja, ainda não rotinizado na forma de cargo, ou instituição) se opõe a toda forma de manutenção do cotidiano. Mais ainda, aquele que lidera uma dada comunidade por conta de seu carisma necessita provar a todo instante que sua missão possui algo de extracotidiano, algo de transcendente, de divino. A prova dos dons carismáticos, segundo Weber, é um fator primordial na manutenção da dominação carismática, uma vez que sem ele seu portador corre o risco de perda de reconhecimento da comunidade. (GOMES, 2014, p. 241)

Analisando tuites no período de 1º de outubro de 2018 a 1º de novembro de 2018, pode-se verificar o tom da mensagem não religiosa predominante em suas postagens.

Em 1º de outubro publicou: *Meu Pai de Misericórdia já estamos em outubro e daqui a pouco a Simone tá cantando então é Natal e o que você fez...*²⁸ e a mensagem teve 46.687 curtidas, 14.441 *retweets* e 965 comentários. É inacreditável a quantidade de pessoas que de fato interagem com suas publicações.

Já no dia 2 de outubro ele fala sobre uma de suas seguidoras:

²⁸ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1046598944288124929>

No *Instagram* eu tenho uma seguidora que tem vários perfis *fakes*. Com alguns ela me ataca, com outros ela me defende. Ela passa o dia todo brigando com ela mesma. Uma sala cheia de uma pessoa só.²⁹

No dia 3 de outubro, o padre preferiu publicar uma de suas frases em formato imagem, que circula pelas redes, inclusive no seu *Instagram*, ao invés de escrever seus pensamentos cotidianos. Segue apenas a redação do texto:

Nem todo o monstro merece o nosso medo. Nem todo amigo merece o nosso segredo. Nem todo conflito merece a nossa intervenção. Erramos muito quando não passamos a vida pelo crisol do discernimento. Nem tudo o que está diante de nossos olhos merece ser vivido. Pe. Fábio de Melo.³⁰

Em seu tom crítico e ao mesmo tempo irônico, em 4 de outubro escreve sobre o *Twitter*: *Este site é o PROCON das redes sociais*³¹ e obteve 37 mil curtidas, 12 mil retweets e 338 comentários.

Ele também utiliza o *Twitter* para pedir ajuda a seus seguidores, conforme publicação em 5 de outubro:

Meus querido, o Gustavo é meu amigo e está internado em São Paulo. Descobriu uma leucemia e está lutando contra o tempo. Ele precisa urgentemente de plaquetas. Quem for de perto e quiser ajudar, no banner tem as informações para a doação de sangue. Dar um RT também é ajudar³².

Com base nessas publicações pode-se perceber que este tipo de mensagem aparentemente não é a que mais agrada seus seguidores, pois obteve apenas 3.600 curtidas e apenas 60 comentários. Já que no mesmo dia publicou *A gente termina de almoçar pensando no cafezinho com bolo de fubá à tarde. Que derrota!*³³ que atingiu mais de 35 mil curtidas e obteve 758 comentários.

A análise deste período ilustra o tom de suas mensagens, geralmente mais reflexivas e algumas vezes até críticas e irônicas, conforme pode-se analisar

²⁹ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1047132188062490624>

³⁰ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo>

³¹ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1047844560532135937>

³² *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1048211408389853184>

³³ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1048259266996580354>

pelas suas publicações.

A inveja foi o tema da mensagem do dia 6 de outubro:

Ao experimentar a tentação de invejar a conquista do outro, seria interessante perguntar se seríamos capazes de suportar os ontes tortuosos que ele enfrentou para conquistar o que hoje invejamos³⁴.

Já no dia 7 de outubro, ele fez três publicações, uma delas sobre o amor, que teve mais de 17 mil curtidas, mais de quatro mil compartilhamentos e centenas de comentários:

O amor não sobrevive distante da concretude do gesto. Chega o momento em que ele se cansa das abstrações, e o que ele pede é o aconchego do encontro, o olhar que alinhava os sentidos, o enlaço que permite o coração bater ao lado de um outro³⁵.

Já no dia 8 de outubro ele novamente decidiu publicar duas imagens com frases prontas, uma delas sobre a autenticidade:

Não se acostume ao desassossego. Não se adapte aos seus conflitos. Em mais sábio é promover as mudanças que eles sugerem. Nunca é tarde para descobrir que fizemos de nós o que os outros esperam que fôssemos. A autenticidade é uma porta que, em qualquer fase da vida, merece ser aberta. Pe. Fábio de Melo³⁶.

Estranhamente, no dia 9 de outubro não houve nenhuma publicação do padre Fábio de Melo em sua página oficial no *Twitter*.

Já no dia 10 de outubro, ele fez duas publicações, sendo uma delas: *Escorado na mesa esperando fritar o ovo*³⁷ e a outra sobre a mística da dúvida:

A mística da dúvida. O que sei sobre mim precisa ser colocado honestamente em questão. Às vezes fico com a versão mais cômoda, a que me foi dada pela conveniência, a que me exigiu menos. A dúvida me põe a caminho, leva-me à pergunta fundamental: Já sou quem posso ser?³⁸

³⁴ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1048543613926428679>

³⁵ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1048992596419334144>

³⁶ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo>

³⁷ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1050046337524359168>

³⁸ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1049825174957248512>

Novamente em 11 de outubro não houve publicações e no dia 12 de outubro, data em que se comemora o dia da padroeira do Brasil, Nossa Senhora Aparecida, o líder religioso católico não fez sequer uma homenagem à Nossa Senhora. Nesta data, a mensagem repleta de futilidade foi: *Não se iluda, Dirlene Amélia, só você não percebe que esse homem é falso? Deixa de ser trouxa, criatura!*³⁹ Dos 459 comentários que a publicação recebeu, nenhum de seus seguidores fez qualquer alusão à data da padroeira.

A gratidão foi o assunto de 13 de outubro, com 18 mil curtidas e 6,254 *retweets* e 182 comentários:

A gratidão é a via que nos devolve à relação de amor com a vida. É a partir dela que nos livramos da pretensão de que erramos, perdemos, retrocedemos. Munidos de espírito grato, seremos sempre capazes de compreender: a vida foi como podia ser. E então só nos resta agradecer.⁴⁰

Já no dia 14 fez quatro postagens, algumas superficiais, como:

Tenho sérias desconfiças de que ser humano mais feliz no Brasil seja o Sérgio Chapelin. Parece ser gente boníssima, competente, goza de excelente estabilidade profissional e só trabalha uma vez por semana.⁴¹

Mesmo assim, a publicação teve 7.292 curtidas e 155 comentários. E outras com tom mais reflexivo como: *A cicatriz é a expressão definitiva da ferida que venceu.*⁴² Que obteve 31.553 curtidas, 10.488 *retweets* e 246 comentários. A outra, com mais de 19 mil curtidas:

Não é inteligente procrastinar o sepultamento simbólico do que já percebemos terminado. Só a certeza do fim nos possibilita um novo recomeço.⁴³

O perdão foi a mensagem de 17 de outubro: *Perdoar é abrir mão de um*

³⁹ Twitter. *Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1050829097591558144>

⁴⁰ Twitter. *Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1051205547083649024>

⁴¹ Twitter. *Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1051275771636006912>

⁴² Twitter. *Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1051310964832792576>

⁴³ Twitter. *Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1051570017287004160>

*peso que maltrata sobretudo quem o leva.*⁴⁴ Com 49.339 curtidas, esta mensagem gerou 310 comentários e mais de 20 mil *retweets*.

E o tom especialmente reflexivo continua em 19 de outubro, quando sua mensagem diz: *Só posso jogar fora depois de ter encontrado o que estava perdido. A faxina emocional exige o enfrentamento, a recolha do que nos fere*⁴⁵, que também obteve quase 20 mil curtidas e centenas de comentários.

Em 20 de outubro: *A terapia mais eficaz é a que nos ensina a abrir mão do ressentimento testado*⁴⁶, que também atingiu mais de 20 mil curtidas e foi compartilhada pelo instrumento “retweet” por mais de cinco mil pessoas.

Novamente, em 21 de outubro, postou uma frase pronta, em formato imagem, com sua assinatura, que obteve 7.700 curtidas:

Não faz sentido esperar que os outros nos ofereçam o que julgamos merecer. A instância de nossas necessidades não pode ser exposta ao descuido de outros, nem tampouco delegada a alguém. O que por acaso recebemos acrescenta-se ao que por nós é cultivado. Neste tempo onde prevalece a imaturidade emocional, e vínculos se estabelecem sob a sombra dos disfarces, faz-se necessário descredenciar a ilusão de que outros nos farão felizes. Antes, a solidão a nós. Somente depois as presenças complementares. Pe. Fábio de Melo.⁴⁷

Mais uma amostragem de que as mensagens de autoajuda também fazem sucesso com seus seguidores.

Deus é mencionado na mensagem do dia 23 de outubro e obteve apenas 7.600 curtidas:

No argentado da luz, no translúcido do rio, no verde que se desdobra em mil nuances e caminhos, o rosto materno de Deus se deixa perceber. E embora tenha nome de homem, o mundo só é bonito porque é mãe.⁴⁸

Em 24 de outubro uma mensagem simples que provocou 25 mil curtidas

⁴⁴ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1052553455796015111>

⁴⁵ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1053382896537473024>

⁴⁶ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1053774798013251585>

⁴⁷ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo>

⁴⁸ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1054710129113866241>

e 8703 retweets: *Se é pra se embriagar, que seja de felicidade. Alegrias nunca são indigestas.*⁴⁹

Pela quantidade de curtidas e compartilhamentos, 3.908 e 487 respectivamente, comparada às anteriores, aparentemente a mensagem do dia 25 de outubro, não agrada tanto quanto as demais: *Às vezes eu acho que a verdadeira composição do mundo é fogo, ar, água e lajota.*⁵⁰

No mesmo dia, publica uma imagem com mensagens apagadas de *whatsapp* e escreve: *Depois que inventaram esse recurso a paz mundial nunca mais será possível.*⁵¹

Já no dia 26 de outubro, a mensagem tola é uma crítica a uma música brasileira e recebe 25.783 curtidas e 1.100 comentários:

A minha memória, num gesto de total desprezo por mim, resgatou do passado o refrão da música “bomxibom xibombom” e agora eu tô precisando conviver com esse martelo⁵².

Pela quantidade de curtidas e comentários, percebe-se que seus seguidores gostam desse tom de mensagem, não reflexivo e não religioso.

No dia 28: *Elegante é quem se veste de gentileza*, teve mais de 45.000 curtidas e quase 17 mil *retweets*.⁵³

No dia 29 ele faz sete publicações, uma delas é uma menção ao cansaço do final do mês: *Me traz um café na cama porque eu tô exausto, pelo amor de Deus*⁵⁴ e a mensagem conquista 13 mil curtidas. E publica outras mensagens superficiais como: *Eu uso Corega. Fico inseguro.*⁵⁵ E também:

Todos os lacres de embalagens que vêm com o pontilhado pra gente rasgar ou puxar não funcionam. Não vejo outra possibilidade de

⁴⁹ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1055200601817210894>

⁵⁰ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1055533021481394182>

⁵¹ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1055541934276689920>

⁵² *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1055738524215992320>

⁵³ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1056494233639628801>

⁵⁴ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1056849426105405440>

⁵⁵ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057011466220564480>

solução a não ser incorporar uma tesoura no vestuário.⁵⁶

Neste dia a mensagem que teve maior número de curtidas e comentários foi à crítica aos usuários de mídias sociais. Foram 36.360 curtidas e 616 comentários de seus seguidores:

Gente, e aquelas pessoinhas que entram nas redes sociais dando satisfação aos seguidores: “amores, sei que estou em falta com vocês, tô só passando pra deixar um bjo. Depois eu volto pra gente conversar.” A vontade é comentar: “quando voltar traz uma pizza.”⁵⁷

No dia 30, ele publicou seis tuites, a maioria com mensagens superficiais e expressão de seus pensamentos: *Sonolência atingindo níveis alarmantes*⁵⁸, com 17 mil curtidas. *Às vezes nem é desejo de chegar. É só de ir*⁵⁹, com 18 mil curtidas e com mais de 18 mil curtidas:

Sempre que vejo um carrinho de supermercado cheio no meio do corredor enquanto a pessoa tá agachada escolhendo o desinfetante, eu sinto forte desejo de facilitar minhas compras e pegar o bendito, ir até o caixa e selecionar “isso eu quero, isso não, isso eu quero, isso não.”⁶⁰

Com recorde para o mês de outubro, uma das mensagens do dia 31 de outubro obteve 93.372 curtidas, 2.800 comentários e 11.640 *retweets*:

A pessoa parou na minha frente e disse: não acredito que você é quem eu tô pensando que é. Eu disse: sim, sou eu. Ela falou: Padre Marcelo Rossi! Eu respondi: não, sou o padre Reginaldo Manzotti.⁶¹

No mesmo dia, a mensagem com tom religioso obteve apenas 2.500 curtidas, 69 comentários e 83 *retweets*: *Eu sou Dele representante legal na terra.*

⁵⁶ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057009336759787520>

⁵⁷ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057022230885031936>

⁵⁸ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057197029535952897>

⁵⁹ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057386891652329473>

⁶⁰ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057352016450727936>

⁶¹ *Twitter. Padrefabiodemelo.* Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057428112504471552>

*Deixa comigo que eu entrego.*⁶²

Em 1º de novembro publicou: *Não tem tristeza que um prato de batata frita não cure. Se não está curando é porque não fritaram direito*⁶³.

Com base nesses tuites, pode-se verificar que, de acordo com o número de curtidas nas mensagens superficiais e de autoajuda em relação às mensagens de conteúdo religioso, o perfil dos seguidores e admiradores do padre Fábio não é de pessoas que buscam referencial religioso. São pessoas que admiram o Fábio de Melo e não o sacerdote.

Em contrapartida a toda esta legião de fãs e ao excesso de exposição midiática, o padre-celebridade sabe que sua privacidade é reduzida à medida em que aumenta sua fama e, conseqüentemente, há uma necessidade de proteger sua imagem e reputação, que estão sempre em evidência. O nome Fábio de Melo passou a ser uma marca, uma referência sobre as pessoas:

O nome das pessoas, dos produtos e das empresas exerce extraordinário poder. E influi decisivamente sobre a imagem. Dependendo do nome que se dá ou que se leva, as portas se abrem, os experimentos são bem-sucedidos, as vendas se realizam, a comunicação se estabelece. (TORQUATO, 2012, p.253).

Ele possui mais de 18 milhões de seguidores, são mais de cinco milhões no *Twitter*, mais de dez milhões no *Instagram*, quase três milhões no *Facebook* e tantos outros em outras mídias.

A busca por vídeos e mensagens do padre no *Google*, a maior plataforma de busca do mundo, chega a aproximadamente 4.450.000 resultados. E seus vídeos chegam a ter uma média de 50 mil visualizações.

Durante entrevista sobre sua atuação nas mídias sociais, realizada pelo *Jornal Hoje*, exibido em 18 de julho de 2017, ele disse que não imaginava alcançar esse sucesso:

Não, eu não imaginava não! Eu não fico menos padre porque sou um homem descontraído nas redes sociais. E aproveito desta oportunidade de estar em contato com pessoas diferentes, que não me ouviriam como padre para dizer o que eu acredito. A internet me permitiu encontros

⁶² *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1057710603459026944>

⁶³ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/1058003208507932672>

inusitados.⁶⁴

E elogiou as possibilidades de alcançar diversas pessoas por meio das mídias sociais. Mesmo tendo consciência sobre os conflitos que podem ser gerados por tanta exposição.

Diante desse cenário, Fábio de Melo também se vê envolvido em polêmicas envolvendo seu nome. Por diversas vezes foi alvo de conflitos, já que a exposição constante pode gerar problemas, tanto de aceitação da mensagem quanto de interpretações. Além disso, a rede é democrática; não tem filtros, as pessoas publicam o que querem a qualquer momento, está disponível 24 horas por dia, não tem religião, não há regras e, muitas vezes, falta até o bom senso. E toda celebridade precisa estar preparada para ouvir as críticas que também são imediatas nesse *cyber* espaço.

No início de abril de 2018, durante seu sermão *Crer na Autoridade que Deus nos deu*, em que ele falava sobre ter fé no poder de Cristo, padre Fábio fez uma menção à macumba de forma irônica e acabou ofendendo algumas pessoas da umbanda que se revoltaram contra o sacerdote católico:

Pra se fazer mal a alguém não precisa de galinha preta e nem farofa, basta ter uma língua e um coração péssimo. Bem, humilhar os outros achando que sua fé é a melhor isso é realmente muito cristão mesmo...parabéns tens meu repúdio. Não conhecem em nada as religiões de matriz africana, o seu desconhecimento é digno de pena, se ligue mais ao seu Deus de verdade e não use nossa fé para fazer de trapolim. Velhos preconceitos que coisa horrível! (Cristina Kaya e Gisele Nkosi)⁶⁵

Como a missa é gravada e publicada no canal oficial da Canção Nova no *Youtube*, teve uma grande repercussão nacional, foram 177 mil visualizações:

Você tem o poder de expulsar demônios. E você treme toda quando vê aquela galinha preta na porta da sua casa. Fizeram uma macumba para mim, eu preciso ir lá no padre Joel.
Se você achar que uma galinha preta na porta da sua casa com um litro de cachaça e uma farofa de banana tem o poder de trazer destruição na sua casa, na sua vida, você não conhece a força do Cristo ressuscitado. Com todo respeito a quem faz macumba, pode fazer, pode deixar na porta da minha casa, que se estiver fresco, a gente come.⁶⁶

⁶⁴ Redes Sociais. Pe Fabio de Melo. *Jornal Hoje*. 18/07/2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=657ZcCjTAG0>

⁶⁵ Padre Fábio de Melo: medo de macumba? 08/05/2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=piLmmAcdeJE>

⁶⁶ Idem, ibidem.

Dessas visualizações, muitos comentários negativos e críticas ao padre. Em um deles, o seguidor escreve *Nossa.. mais um "representante "da Igreja que partiu para o stand up comedy ... lamentável...* em outro, a seguidora o chama de canalha intolerante: *Nossa! O Padre Fábio está tão cristão nesse vídeo com essa sua arrogância para com as religiões de matriz africana. Surpreendeu! Apenas mais um canalha intolerante.*⁶⁷

O sermão ultrapassou as mídias sociais e alcançou a opinião pública e a imprensa que noticiou a polêmica em diversos veículos de comunicação de massa, fazendo com que o padre se pronunciasse:

Sempre manifestei publicamente o meu respeito a todas as religiões. O candomblé fez parte da minha origem. Nunca quis ofender ou desmerecer quem quer que seja. Apenas expressei, durante uma celebração cristã, convicções cristãs. Peço perdão aos que se sentiram ofendidos. Eu não sou proprietário da verdade. Eu estou em busca dela. Quero o esclarecimento espiritual que me coloque ao lado de todos. Diferentes e iguais a mim. Somos irmãos e não me sinto melhor que ninguém. Se fui infeliz na forma como expressei o meu não crer, perdoem-me.⁶⁸

Em função desse pronunciamento, o babalorixá, Ivani dos Santos, notificou o padre Fábio por intolerância religiosa, que se comprometeu a excluir a publicação de suas mídias sociais e a visitar terreiros atacados no Rio de Janeiro. Além disso, publicou oficialmente seu pedido de desculpas também nas mídias sociais.

Já fiz um contato com o babalorixá Ivanir dos Santos. Ele foi extremamente gentil comigo. Nosso desejo é esclarecer que tolerância religiosa não significa abrir mão do que cremos ou não cremos, mas conviver harmoniosamente, colaborando na construção de um mundo melhor. O mundo já está dividido demais para que criemos outras divisões a partir de nós.⁶⁹

O fato incentivou o encontro de diversos líderes religiosos que se uniram para combater a intolerância religiosa.

A presença do padre Fábio na *11ª Caminhada em Defesa da Liberdade Religiosa* que aconteceu em 16 de setembro, na praia de Copacabana, no Rio de

⁶⁷ Idem, *Ibidem*.

⁶⁸ CASEMIRO, Poliana. Padre Fábio de Melo ironiza 'macumba' durante sermão e depois se desculpa. Disponível em <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/padre-fabio-de-melo-ironiza-macumba-durante-sermao-e-depois-se-desculpa.ghtml>

⁶⁹ Padre Fábio de Melo pede desculpas por frase infeliz contra 'macumba'. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/padre-fabio-de-melo-pede-desculpas-por-frase-infeliz-nao-temas-macumba/>

Janeiro, com diversos grupos religiosos, foi um dos resultados desse encontro.

Em seu depoimento sobre a participação na caminhada padre Fábio de Melo explica que é necessário corrigir a linguagem:

É a oportunidade que a gente tem de evoluir como pessoas, como sociedade. É a oportunidade que a gente tem de descobrir onde estamos errando. Corrigir a linguagem... Às vezes nós já mudamos a maneira de pensar, mas não mudamos a substância da linguagem. É importante a gente estar aqui, com tantas diversidades, com tantas pessoas que acreditam diferente, mas que ao mesmo tempo caminham na direção de um mundo melhor. Eu acredito piamente que onde existe a honestidade religiosa ali existe o desejo de fazer o mundo ser melhor.⁷⁰

Ao mesmo tempo em que o líder religioso da umbanda, babalorixá, Ivani dos Santos, um dos organizadores da caminhada, reforça a importância do diálogo:

Se você observar o que o Brasil está passando nesse momento, a caminhada é mais do que necessária. Um momento de tanto ódio, de tanto racismo, desrespeito aos direitos humanos. O caminho para a paz não é o caminho do ódio, não é o do conflito, de querer destruir o outro. É na verdade o caminho do diálogo, do entendimento, do respeito à diversidade.⁷¹

Outro episódio envolvendo Fábio de Melo, aconteceu durante a celebração de sua missa, exibida pela TV Canção Nova; foi uma crítica às práticas neopentecostais que pedem dinheiro aos seus fiéis, para garantir supostas curas e milagres e também que lamentava a crença das pessoas de que seriam abençoadas ao passar por uma porta ou ao serem tocadas na cabeça pelas mãos do pastor. Ele disse que Jesus Cristo não compactua com esses líderes religiosos que distribuem envelopes no final do culto para receberem o pagamento da benção adquirida:

Com todo respeito a quem crê, quem vai e participa... 'Passe debaixo dessa porta e todos os seus pecados serão perdoados. Mas, lá nos fundos, você entrega o envelope de 200, 300, 500 reais, porque essa graça precisa ser paga'. Me desculpe, eu não consigo ver Deus nesses lugares. E isso é feito. Para que ele comece a pensar sempre que se o pastor não puser a mão na cabeça dele, ele não recebe a cura, não recebe o milagre. Para com isso. Isso é erro de compreensão.⁷²

⁷⁰ Copacabana tem ato pela liberdade religiosa. 16/09/2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2018/09/16/copacabana-tem-ato-pela-liberdade-religiosa.ghtml>

⁷¹ Idem, Ibidem.

⁷² Padre Fábio de Melo critica pastores e Valdemiro Santiago responde enfurecido. 24/07/2018. Disponível em: <https://www.portaldotrono.com/padre-fabio-de-melo-pastores-valdemiro-responde/>

A mensagem não foi direcionada a nenhum pastor ou igreja especificamente, mas o pastor Valdemiro Santiago, da Igreja Mundial do Poder de Deus que também possui um programa da TV, não gostou do pronunciamento do padre e respondeu também em rede nacional e nas mídias sociais:

Primeiro que eu não te devo nada... Se eu for ouvir suas instruções eu to perdido, porque eu nunca vi o senhor curar. Onde o senhor arrumou autoridade pra falar desse ministério aqui? [...] O senhor vem dizer que não acredita em igreja que usa imposição de mãos, que igreja que o senhor acredita?

O senhor falou de envelope de R\$ 300, R\$ 500... a sua igreja não precisa porque o governo dá vários canais de televisão pra vocês. O senhor também pede mas você não precisa pedir como a gente porque vocês não pagam aluguel, água, luz ou programa de televisão. Cuida da sua vida e da sua igreja, o senhor me perdoe eu nunca vi um paraplégico andar na sua igreja, nunca vi um demônio expulso na sua missa.⁷³

Pela visibilidade de ambos, o assunto gerou muita mídia espontânea, muitos comentários e compartilhamentos nas redes. É o ônus da fama, da exposição permanente.

Outra situação polêmica envolvendo o padre, foi quando o pastor Silas Malafaia, da Igreja Vitória em Cristo, ligada à Assembleia de Deus, também assíduo nas redes sociais, publicou no dia 14 de novembro de 2015, às 6h40, a seguinte mensagem em sua página no *Twitter*: *Estão reclamando do cristianismo no ocidente? Procurem uma nação islâmica para morar. Cambada de trouxas. Estou rindo da cara de vocês kkkk*⁷⁴e o líder católico respondeu no mesmo dia, às 7h43, também em seu *Twitter*: *Ser religioso não é garantia de retidão de caráter. Sob o manto da hipocrisia, muitos pretensos religiosos legitimam a crueldade no mundo.*⁷⁵

Essas publicações acabaram causando um mal estar entre os líderes religiosos que sempre estão se estranhando nas redes.

Em abril de 2018 durante sua pregação, exibida na TV, o pastor novamente fez uma provocação à Igreja Católica:

O sacerdote não pode casar, tem que ser celibatário, é proibição...eu queria saber onde é que esses caras arrumaram esse negócio de que

⁷³ Idem, Ibidem.

⁷⁴ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/PastorMalafaia/status/665539744445636609>

⁷⁵ *Twitter. Padrefabiodemelo*. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo/status/665555576357838848>

sacerdote não pode casar.⁷⁶

E, mesmo não sendo direcionada ao padre Fábio de Melo, o sacerdote sentiu a necessidade de responder ao líder da Igreja Vitória em Cristo, também em rede nacional: *Por que é que eles estão preocupados com isso? A regra é para nós. Que calem a boca e vão viver a sua vida do jeito que quiserem.*⁷⁷

Muitas são as polêmicas e conflitos que o padre Fábio de Melo tem se envolvido por se expor de forma constante e, principalmente, pela proporção e peso que suas mensagens ganham justamente por ele ser esta celebridade religiosa. Qualquer outro líder religioso desconhecido que faz comentários ou críticas dentro de sua igreja não tem esta repercussão.

Essas polêmicas acabam sendo estimuladas pela própria exposição, que está transformando em palco e em arena pública as mídias sociais, permitindo que todos falem, gritem, opinem, participem ou apenas assistam, sem qualquer filtro ou censura, fazendo com que a plateia, neste caso, chamada de seguidores, possa aplaudir ou vaiar, curtir ou não, e promove até, a possibilidade de interagir, com opiniões e comentários instantâneos. Inclusive os próprios seguidores do padre Fábio de Melo fazem questão de defendê-lo diante dos comentários negativos e das polêmicas em que o religioso se envolve.

Uma outra característica desses féis-seguidores é que eles deixam de fazer parte do grupo com a mesma facilidade em que fazem parte, a um simples clique.

Apesar das polêmicas em que se envolveu, o líder religioso sempre se posicionou, se retratou, pediu desculpas e vem tentando evitar conflitos.

Ele tem consciência que é um líder religioso e também um formador de opinião, sabe que suas palavras, suas músicas e suas mensagens poderão contribuir com as pessoas ou até serem mal interpretadas, mas ele se define um ser humano, com erros e acertos, o que faz com que tudo isso seja permitido.

O nome de seu livro *Humano Demais*, faz alusão a este homem, com todas as fraquezas e forças, fruto da obra de Deus.

Esses atributos; conhecimento, oportunidades, comunicação, exposição

⁷⁶ Malafaia prova e padre Fábio responde: "Cale a boca e vá viver sua vida como quiser!". 02/04/2018. Disponível em: <https://catholicus.org.br/malafaia-provoca-e-padre-fabio-responde-cale-boca-e-va-viver-sua-vida-como-quiser/>

⁷⁷ Idem, *Ibidem*.

poesia e beleza, junto com o dom sacerdotal que move o líder religioso fizeram do padre Fábio de Melo um fenômeno brasileiro que atraiu e atrai multidões em seus *shows*, na televisão e nas redes sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação sempre foi necessária para as relações humanas. Viver em sociedade exige que pessoas e instituições saibam se comunicar, seja por palavras, símbolos, gestos, sons e rituais. A boa comunicação facilita os relacionamentos, aproxima pessoas, reduz e até evita conflitos.

Inicialmente a sociologia estudou a comunicação como um fenômeno social, muito mais focada na comunicação humana. Aos poucos a área de comunicação ganhou consistência e passou a ser considerada ciência própria, autônoma, principalmente com as telecomunicações, a linguística e os meios de comunicação social.

Mesmo assim, algumas instituições acreditavam que a comunicação aconteceria naturalmente entre as pessoas, sem a necessidade de uma ação planejada e oficializada.

Na religião o tema comunicação ganhou relevância quando as Igrejas Pentecostais americanas começaram a investir em comunicação, quer por meio de suas publicações impressas, quer pela presença nas rádios para propagação da mensagem religiosa ou aproximação com seus féis.

A Igreja Católica só percebeu que precisava se atualizar frente às mudanças sociais, principalmente em relação à comunicação quando as igrejas pentecostais começaram a investir em comunicação de massa, principalmente utilizando-se das mídias impressa, rádio e TV.

O Concílio Vaticano II foi um marco histórico para a Igreja Católica em vários seguimentos, inclusive na comunicação social que recebeu atenção especial da igreja com a elaboração de um decreto em 1963, chamado de *Inter Mirifica*, que apresentou a importância da informação para a sociedade em seus 24 parágrafos.

Este documento tem grande importância para a Igreja Católica já que assegura a obrigação e o direito de se utilizar os instrumentos de comunicação social e traz um posicionamento oficial da Igreja Católica sobre o assunto, no qual reforça que a comunicação é capaz de mover homens, multidões e toda uma sociedade.

Além da abertura da comunicação, o Concílio Vaticano II propôs uma renovação litúrgica e também buscou entender a relação da Igreja Católica com a

sociedade moderna e com as outras religiões. Percebe-se que o movimento da Renovação Carismática está em sintonia com a convocação do Papa João XXIII (1961), pois foi um convite à igreja visando uma transformação, a qual ele chama de um Novo Pentecostes ou *aggiornamento*, que no idioma italiano significa atualização.

A Renovação Carismática Católica deu-se um ano após o término do Concílio Vaticano II (1962-1965), já que aconteceu no final da mesma década e se espalhou pelo mundo. E foi por meio da comunicação, principalmente utilizando-se dos veículos de comunicação massa que o movimento se expandiu e se fortaleceu pelo mundo ocidental.

A RCC é conhecida pelos métodos pouco convencionais na promoção da fé cristã, principalmente pelo falar em línguas, pelo dom do Espírito Santo e também pelo uso das músicas, danças e palmas como forma de louvar a Deus.

Neste movimento o destaque ficou para a música que exerce um poder extraordinário de atração das pessoas em função de seu envolvimento emocional, bem como da forma entusiástica de evangelizar. Com isso, os padres cantores ganharam muita visibilidade nas rádios e TVs e conquistaram tantos fiéis que as igrejas tornaram-se pequenas para a quantidade de pessoas que passaram a frequentar os *showmissas*, por isso, a alternativa encontrada pelas igrejas era sair dos templos e realizar suas cerimônias religiosas em espaços públicos como os ginásios e campos de futebol. Eles contribuíram de forma decisiva para projetar o movimento carismático, embalando o gesto típico dos fiéis de erguer os braços durante a liturgia.

O destaque ficou para o padre Marcelo Rossi que virou fenômeno religioso na década de 90 e foi um dos nomes que muito contribuiu para atrair milhares de fiéis nos *showmissas* e foi uma importante referência para a RCC no Brasil, principalmente pela utilização das músicas e danças com as coreografias.

Com a evolução tecnológica e o surgimento da *Internet* a Igreja Católica sentiu a necessidade de atualizar-se frente à globalização: em 1992 criou uma instrução pastoral para a comunicação: *Aetatis Novae*.

O documento *Aetatis Novae*, propõe uma pastoral da comunicação e reforça a presença da Igreja Católica neste progresso em que a comunicação está em constante expansão e influencia as culturas em todo o mundo.

Na mesma época, no Brasil, a Igreja Católica, inspirada nas Igrejas pentecostais, começa a se preocupar com seu espaço na mídia, iniciando com a fundação da TV Século XXI e depois a Comunidade Canção Nova. Com essas concessões de canais de televisão, os padres cantores, frutos da RCC assumiram diversos programas para levar a mensagem religiosa a milhares de fiéis.

Dez anos depois o Vaticano elaborou mais dois documentos para se adequar às novas tecnologias digitais: *Igreja e Internet* e *Ética na Internet*, considerados essenciais para o ingresso da Igreja Católica na era digital. Segundo o próprio documento a Igreja precisa compreender a Internet, uma vez que as pessoas já vivem mergulhadas nesta nova tecnologia.

Resultados desses documentos foram a criação do site da Santa Sé em 30 de março de 1997 (www.vatican.va) e o envio do primeiro *e-mail* pontifício, em 2001 durante papado de João Paulo II.

Aproveitando dessa facilidade proporcionada pela rede social, o padre cantor Fábio de Melo, também produto da Renovação Carismática, ganhou mais visibilidade com forte atuação nas mídias sociais, chegando a ser considerado o rei do *Snapchat* ao alcançar mais de dois milhões de seguidores logo nas primeiras semanas.

Foi justamente sua forma diferenciada e constante de se expor nas mídias sociais, com um jeito bem humorado, crítico e até irônico, que fez com que o padre Fábio de Melo conquistasse seus mais de 18 milhões de seguidores em 2018; são mais de 5 milhões no *Twitter*, mais de dez milhões no *Instagram*, quase três milhões no *Facebook* e tantos outros em outras mídias.

Seus vídeos no *Youtube* também têm grande alcance, com uma média de 50 mil visualizações por vídeo. É algo muito expressivo.

Suas mensagens divertidas no *Twitter*, principal mídia utilizada pelo padre, recebem uma grande quantidade de curtidas, *retweets* e comentários, próprios de uma celebridade. É de se impressionar o quanto o padre ganhou visibilidade e conquistou seguidores de todas as religiões e também não religiosos por meio das mídias sociais.

Mas não é apenas sua forte atuação no mundo digital que o diferencia dos demais padres celebridades. Sua forma de se comunicar, com mensagens simples e cotidianas, reflexões de autoajuda, músicas não religiosas e também a maneira de se vestir, na maioria das vezes, usando calça jeans e camisa, ao invés

das batinas e colarinho clerical, o fazem ser visto como um homem comum e não um líder religioso. Talvez seja isso que faz com que muitos não religiosos passem a segui-lo e admirá-lo.

Um exemplo analisado foi em 12 de outubro de 2018, dia em que se comemora a padroeira do Brasil, Nossa Senhora Aparecida, ele sequer fez alusão à padroeira em suas publicações nas mídias sociais. É de se estranhar que um líder religioso católico, com tamanha representatividade nacional não tenha mencionado a Nossa Senhora Aparecida.

Na televisão, à frente do programa *Direção Espiritual*, foi conquistando uma legião de católicos e posteriormente pessoas de outras religiões que passaram a gostar da forma simples e didática que o padre pregava. Além da boa retórica e da facilidade de comunicação, o jovem padre também exhibe beleza e demonstra toda uma preocupação com a estética, o que favorece um produto midiático.

Pode-se dizer que ele construiu sua trajetória, apoiado por admiradores e incentivadores e pelo seu dom de comunicação e talento artístico. Estudou e se aperfeiçoou, buscou o conhecimento e a fama. Perdeu a privacidade, mas ganhou os muros fora da Igreja. Envolveu-se em conflitos, em notícias falsas, em celeumas, mas sempre se posicionou, reconheceu seus erros, pediu desculpas e usa sempre como resposta as fraquezas humanas.

Pode-se dizer que ele buscou muito mais a visibilidade pessoal dele do que a do sacerdote Fábio de Melo.

Padre Fábio de Melo passa de um líder religioso carismático a uma celebridade religiosa com mensagens religiosas, estilo autoajuda, e não religiosas, utilizando-se da televisão e principalmente das mídias sociais disponíveis para sustentar este perfil.

Conquistou seguidores e não fiéis, o que o torna mais vulnerável, pela facilidade de ser trocado por outra *webcelebridade* que surgir. E, apesar de estar constantemente nas mídias digitais e deixar registrado a todo momento que não consegue ficar sem Internet, costuma reforçar em seus sermões os perigos causados pela má utilização das mídias sociais e a ilusão que é viver no mundo virtual.

Além da presença diária nas mídias sociais e da apresentação de seu programa *Direção Espiritual* na TV Canção Nova ele está presente em programas não religiosos como *Em Família*, *Raul Gil*, *Conversa com Bial*, *Programa da Xuxa*,

Luciana Gimenez, *Faustão*, *Altas Horas*, *Danilo Gentili* e outros, o que contribui para mantê-lo sempre em evidência e na mente das pessoas.

Tornou-se um fenômeno, com uma visibilidade e poder de influência algumas vezes até maior do que a própria instituição que ele representa o que reforça o conceito da secularização dentro da própria Igreja. Essa forma secular na qual a instituição igreja perde controle sobre seus sistemas religiosos.

O desafio das instituições religiosas é adaptar-se a esse novo cenário em que você pode perder um fiel-seguidor com a mesma facilidade que o conquistou e principalmente fortalecer-se internamente, pois cada vez que nasce uma estrela com luz própria, corre-se o risco de se apagar um pouco a luz da própria igreja.

Por outro lado essas mídias fazem com que a importância do líder seja superficial, não há uma fidelidade, são líderes flutuantes, em que os seguidores não são fiéis ao líder, e deixam de segui-lo a um clique.

Essa pesquisa mostrou também o quanto as pessoas estão se isolando e vivendo em um mundo superficial, sem diálogo, sem interações verdadeiras, em troca de relacionamentos virtuais e irreais.

Outro ponto a se destacar neste trabalho é facilidade de exposição, de propagação de mentiras e a disseminação de conflitos gerados pelas mídias sociais.

É uma dicotomia irreversível. O fato é que a sociedade está vivendo a cultura midiática, com todos os seus benefícios e malefícios, o que faz com que a imagem e reputação das pessoas e instituições estejam muito mais expostas, visíveis e vulneráveis, algo que pode ser aprofundado em outra pesquisa.

Além de apresentar a trajetória da comunicação da Igreja Católica a partir do Concílio Vaticano II e sua imersão na nova cultura midiática, essa pesquisa também mostrou a secularização dentro da própria Igreja, os desafios das instituições nesta nova era e as mídias sociais com seus diversos conflitos e benefícios à humanidade e não apenas à Igreja Católica.

O fato é que tornou-se impossível não pensar na evolução da comunicação e nas facilidades geradas à sociedade contemporânea com as novas tecnologias. Segundo o próprio documento da Instrução Pastoral *Aetatis Novae*, é preciso fazer uso das novas descobertas em benefício da humanidade e do cumprimento do plano de Deus no mundo.

REFERÊNCIAS

Obras impressas

ALVAREZ, Rodrigo. *Humano Demais: a biografia do Padre Fábio de Melo*. São Paulo: Editora Globo Livros, 2016.

ANTONIAZZI, Alberto, *Perspectivas pastorais a partir da pesquisa*. In. CERIS. *Desafios do catolicismo na cidade: pesquisa em regiões metropolitanas brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2002.

BERGER, Peter, *A Desseccarização do Mundo: uma visão global, Religião e Sociedade*. Rio de Janeiro, 2000.

BORELLI, V. (org.). *Mídia e Religião: entre o mundo da fé e do fiel*. Rio de Janeiro: EPapers, 2010.

CAMURÇA, Marcelo Ayres. A sociologia da religião de Danièle Hervieu-Léger: entre a memória e a emoção. In: ___ Faustino Teixeira. (Org.). *Sociologia da Religião. Enfoques teóricos*. Petrópolis: Vozes, 2003, p. 248-270.

CAMPOS, Leonildo. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. 2 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

CAPRA, Miriã J.S.S. A dominação carismática de lideranças femininas neopentecostais: do culto das princesas de Sarah Sheeva ao Casamento Blindado de Cristiane Cardoso. Dissertação de Mestrado. 2017.

CARLETTI, Renan S. *Religião e Internet: como pensarmos a “religião” hoje?* Revista Último Andar, n. 29, 2016, p. 19-31.

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

_____. *Catolicismo midiático*. Aparecida: Ideias & Letras, 2011.

CHAGAS, Cipriano, *A Descoberta do Espírito e suas Implicações para uma Transformação Eclesial – Um estudo sobre a Renovação Carismática*. 1976.

CITELLI, Adilson. *Comunicação e Educação: a linguagem em movimento*. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

CUNHA, M., *Do Púlpito às Mídias Sociais: evangélicos na política e ativismo digital*, Curitiba: Prismas, 2017.

Gomes, Robson. *Carisma e dominação carismática: perspectivas teórico-metodológicas do conceito weberiano de carisma e sua efetivação histórica nos estudos de religião*. *Revista de Teoria da História*. Ano 6, Número 11, Maio/2014.

JOÃO XXIII. Constituição Apostólica, 1961.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson, 2012.

LESBAUPIN, Ivo, *Marxismo e religião*, TEIXEIRA, Faustino, *Sociologia da Religião: enfoques teóricos*, Petrópolis: Vozes, 2011.

LIBANIO, J.B. *A Religião no início do milênio*, – Mori, Geraldo e Cruz, Eduardo, *Teologia e Ciências da Religião*, São Paulo: Paulinas, 2011.

MANSFIELD, P.G. *Como um novo Pentecostes: relato histórico e testemunhal do dramático início da Renovação Carismática Católica*. 3 ed. Rio de Janeiro: Louvar a Deus, 1995.

MARIZ, Cecília L., *A Renovação Carismática Católica Uma igreja dentro da Igreja? Civitas*, Porto Alegre, v. 3, nº 1, jun. 2003.

MARTELLI, Stefano, *A religião na sociedade pós-moderna: entre secularização e dessecularização*. São Paulo, Paulinas, 1995.

MARTINO, Luís M.S, *Mídia, Religião e Sociedade*. São Paulo: Editora Paullus, 2016.

MONTE, Tânia Maria. *A religiosidade e sua função social*. *Revista Inter-Legere*, n.5, Natal, 2009.

MATOS, Alderi S., *O Centenário do Movimento Pentecostal*, *Fides Reformata* XI, nº2, São Paulo, 2006.

PAULO, *Decreto Inter Mirifica Sobre os Meios de Comunicação Social*, VIER, Frederico Frei, *Compêndio do Vaticano II: constituições, decretos, declarações*, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1978.

PRANDI, R. *Um Sopro do Espírito*. 2 ed. São Paulo: EDUSP, 1998.

PUNTEL. Joana T. *Comunicação: Diálogo dos saberes na cultura midiática*, São Paulo: Paulinas, 2010.

_____ *Cultura Midiática e Igreja: uma nova ambiência*, São Paulo: Paulinas, 2008.

_____ Que questões o mundo da mídia coloca para nós, religiosos e religiosas, enquanto evangelizadores? *Convergência*, nº 495, Brasília, 2016.

ROSA, João Guimarães. *Grande sertão: veredas*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1967.

ROSADO, Maria José. *A sociologia da religião*, USARKI, Frank, *O espectro disciplinar da Ciência da Religião*, São Paulo: Paulinas, 2007.

SANCHIS, Pierre, *A contribuição de Émile Durkheim*, TEIXEIRA, Faustino, *Sociologia da Religião*, 2011, Petrópolis: Ed. Vozes.

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

SENNA, CARLOS H. *Mediatização do campo religioso: a recepção da celebridade Padre Fábio de Melo por seus fãs/devotos*. Belo Horizonte, 2011.

SHOJI, Rafael. *Estudos formais e modelos computacionais da religião*, USARKI, Frank, *O espectro disciplinar da Ciência da Religião*. São Paulo: Editora Paulinas, 2007.

SOARES, Ismar de O. *Do Santo Ofício à Libertação*. Rio de Janeiro: Paulinas, 1998.

SOUZA, Lindolfo A. *Marketing Católico e a crítica profética: desafios à ação evangelizadora*. São Paulo: Editora Santuário, 2011.

TERRA, Carolina. *O que as organizações precisam fazer para serem bem vistas nas mídias sociais sob a ótica da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas*. V Abrapcorp, p. 2-3, 2011.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade, *Revista MATRIZES*, São Paulo, n.2, 2008.

WEISS, Raquel, *Durkheim e as Formas Elementares da Vida Religiosa*, Debates do NER, Porto Alegre, ano 13, n. 22 p. 95-119, jul./dez. 2012.

WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Trad. de Zélia Leal Adghirni. Brasília, 2004.

Obras em formato digital

BITUM, Ricardo; SOUSA, Rodrigo Franklin de. (Org.). *Estudos sobre Durkheim e a religião: 100 anos de "As formas elementares da vida religiosa"*. Academia Cristã. Santo André. 2014. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/545>. Acesso em 26 de novembro de 2017.

CAMURÇA, Marcelo Ayres. *Crise ou recomposição do catolicismo na esfera pública: uma análise comparada entre a literatura da França e do Brasil*. Boletim CEDES, Rio de Janeiro, n. 4, out/dez. 2011. Disponível em: http://www.cis.puc-rio.br/cis/cedes/PDF/out_2011/crise.pdf. Acesso em: 31 de outubro de 2018.

FRAZÃO, Dilva, *Padre Marcelo Rossi: sacerdote brasileiro*. Brasil, 2015. Disponível em https://www.ebiografia.com/padre_marcelo_rossi . Acesso em 22 de abril de 2018.

FUENTES, Letícia, *Renovação Carismática chega a 50 anos e diz que está só no início*, Revista Veja, Brasil, 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/renovacao-carismatica-chega-a-50-anos-e-diz-que-esta-so-no-inicio/>. Acesso em 18 de abril de 2018.

GHEDINI, Robson, *A influência da redes sociais na prática religiosa*, Revista Batista Pioneira, Ijuí, V. 4, n1, p. 187-194, 2015. Disponível em: <http://revista.batistapioneira.edu.br/index.php.rbp> Acesso em 27 de novembro de 2017.

GOMES, Francisco Fernandes, SOUZA, Wilson Rufino, *Modernidade e Pluralismo Religioso*. Revista Científica Semana Acadêmica, Fortaleza, nº 00041, 2013. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/artigo/modernidade-e-pluralismo-religioso>. Acesso em 26 de novembro de 2017.

JUNGBLUT, Airton Luiz, *Globalização e religião: Efeitos do pluralismo global no campo religioso contemporâneo*. *Civitas. Revista de Ciências Sociais*, v. 14, n.3, p.419-436, set 2014. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view>> Acesso em 12 de novembro de 2017.

MOREIRA, Dora D. S, *Sacrilegens. Programa Direção Espiritual: ênfase na autoajuda para atrair fiel*, Juiz de Fora, v.10, n.1, p. 94-110, jan-jun/2013. Disponível em <http://www.ufjf.br/sacrilegens/files/2014/01/10-1-8.pdf>.

RENOVAÇÃO CARISMÁTICA CATÓLICA, *Histórico da RCC*, Brasil, 2011. Disponível em <<https://www.rccbrasil.org.br/interna.php?paginas=42>>. Acesso em 15 de abril de 2018.

_____*História da RCC no Brasil*, Brasil, 2011. Disponível em <<https://www.rccbrasil.org.br/interna.php?paginas=37>>. Acesso em 01 de abril de 2018.

_____*Padre Marcelo Rossi conduziu um momento de louvor na Festa do Jubileu de Ouro*. Disponível em <<https://www.rccbrasil.org.br/eventos/index.php/mais-lidas-eventos-acionais/1192-pe-marcelo-rossi-conduziu-momento-de-louvor-na-festa-do-jubileu-de-ouro.pdf>>. Acesso em 15 de abril de 2017.

RITTO, Cecília. *População Católica encolhe no Brasil. Evangélicos Avançam*. Disponível em < <https://veja.abril.com.br/brasil/populacao-catolica-encolhe-no-brasil-evangelicos-avancam/>> acesso em 01 de abril de 2018.

SCHELP, Diogo. *Nos laços fracos da internet*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/080709/nos-lacos-fracos-internet-p-94.shtml>. Acesso em 01 de setembro de 2018.

SHOJI, Rafael. *Crescimento do uso de redes sociais pelos crentes aumenta risco de heresias*. Disponível em <<http://assembleiabelem.com/crescimento-do-uso-de-redes-sociais-pelos-crentes-aumenta-risco-de-heresias/>> Acesso em 26 de maio de 2018.

SOUZA, André R. *As investidas Católicas na Mídia*. *Revista de Estudos da Religião*. São Paulo, Setembro, 2008, pp. 27-45. Disponível em <http://www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_souza.pdf> acesso em 7 de maio de 2018.

VILAS BOAS, Bruno, *IBGE: 94,2% dos brasileiros usam internet para trocar textos e imagens*, *Jornal Valor Econômico*, 2018. Disponível em: valor.com.br/brasil/5337837/ibge-942-dos-brasileiros-usam-internet-para-trocar-textos-e-imagens. Acesso em 20 de maio de 2018.

Maísa Palaoro de Campos Lisandra Pacheco da Silva – Orientadora, REDES SOCIAIS: BENEFÍCIOS E MALEFÍCIOS, 2012, disponível em : https://www.upplay.com.br/restrito/nepso2012/uploads/Culturas_da_Infancia_e_da_Juventude/Artigo/11_43_42_Artigo_-_Redes_Sociais_-_Beneficios_e_Maleficios.pdf

Documentos do site A Santa Sede (La Santa Sede)

FOLEY, John P.; PASTORE, Pierfranco. *Ética na Internet*. Publicado em 22/02/2002. Festa da Cátedra de São Pedro Apóstolo. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_po.html. Acesso em 26 de novembro de 2017.

_____. Igreja e internet. Publicado em 22/02/2002. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html

_____. *Instrução Pastoral Aetatis Novae*. Cidade do Vaticano. Festa da Cátedra de São Pedro Apóstolo. Publicado em 22/02/1992. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html. Acesso em 26 de novembro de 2017.

Papa Francisco. Mensagem do Papa Francisco para o LII Dia Mundial das Comunicações Sociais. Publicado em 13/05/2018. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html

_____. (Palavras). *Vigília de Pentecostes por ocasião do Jubileu de Ouro da Renovação Carismática Católica*. Publicado em 03/06/2017. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2017/june/documents/papa-francesco_20170603_veglia-pentecoste.html. Acesso em 5 de abril de 2018.

Papa João Paulo. [IOANNES, Paulus] *Mensagem do Papa João Paulo II para a Celebração do 35º Dia Mundial das Comunicações Sociais*. Publicado em

27/05/2001. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20010124_world-communications-day.html

Papa Paulo VI. *Constituição Conciliar Sacrosanctum Concilium*. Publicado em 04/12/1963. Disponível em: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19631204_sacrosanctum-concilium_po.html. Acesso em 8 de abril de 2018.

_____. Decreto *Inter Mirifica*. Sobre os meios de comunicação social. Publicado em 04/12/1966. Disponível em: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html. Acesso em 26 de novembro de 2017.

_____. Os meios de comunicação social. Mensagem do Papa Paulo VI para o 1º Dia Mundial das Comunicações sociais. Publicado em 07/05/1967. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19670507_i-com-day.html

_____. *Pastoral Gaudium et Spes sobre a Igreja no mundo atual*. Publicado em 07/12/1965. http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_po.html. Acesso em 26 de novembro de 2017.

Papa Pio XII. Carta Encíclica *Miranda prorsus*. Publicado em 08/09/1957. Disponível em: http://w2.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html. Acesso em 26 de novembro de 2017.

Sites e blogs consultados

Biografia do Padre Fábio de Melo revela paixões, pobreza na infância e alcoolismo do pai. *Diário de Pernambuco*. Disponível em: http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2016/12/11/internas_viver,679437/o-padre-e-pop.shtml

CASEMIRO, Poliana. Padre Fábio de Melo ironiza 'macumba' durante sermão e depois se desculpa. Disponível em <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/padre-fabio-de-melo-ironiza-macumba-durante-sermao-e-depois-se-desculpa.ghtml>

COELHO, Taysa. 10 fatos sobre o uso de redes sociais no Brasil que você precisa saber. *Techtudo*. 09/02/2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/02/10-fatos-sobre-o-uso-de-redes-sociais-no-brasil-que-voce-precisa-saber.ghtml>

Copacabana tem ato pela liberdade religiosa. 16/09/2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2018/09/16/copacabana-tem-ato-pela-liberdade-religiosa.ghtml>

Direção espiritual. Disponível em: <http://direcaoesspiritual.blogspot.com/p/blog-direcao.html>

Direção espiritual. TV Canção nova. Disponível em: <https://tv.cancaonova.com/programa/direcao-espiritual/>

Dom Total. *Padre Marcelo Rossi, 50 anos*, Brasil, 2017. Disponível em: <http://domtotal.com/noticias/detalhes.php?notId=1154347>. Acesso em 15 de abril de 2018

Malafaia prova e padre Fábio responde: "Cale a boca e vá viver sua vida como quiser!". 02/04/2018. Disponível em: <https://catholicus.org.br/malafaia-provoca-e-padre-fabio-responde-cale-boca-e-va-viver-sua-vida-como-quiser/>

MANZOTTI, Reginaldo. Associação Evangelizar é Preciso. Disponível em: <https://www.padrereginaldomanzotti.org.br/padre>. Acesso em 20 de maio de 2018.

Padre Fábio de Melo comenta sucesso nas redes sociais. 20/12/2015. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/4688376/>

Padre Fábio de Melo critica pastores e Valdemiro Santiago responde enfurecido. 24/07/2018. Disponível em: <https://www.portaldotrono.com/padre-fabio-de-melo-pastores-valdemiro-responde/>

Padre Fábio de Melo fala sobre redes sociais, críticas e Ivete Sangalo. Disponível em: <https://www.ibahia.com/detalhe/noticia/padre-fabio-de-melo-fala-sobre-redes-sociais-criticas-e-ivete-sangalo/>. Acesso em 01 de setembro 2018.

Padre Fábio de Melo pede desculpas por frase infeliz contra 'macumba'. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/padre-fabio-de-melo-pede-desculpas-por-frase-infeliz-nao-temas-macumba/>

O Segredo das Bem-Aventuranças. *Wiki Canção Nova*. 30/06/2005. Disponível em: http://wiki.cancaonova.com/index.php/O_Segredo_das_Bem-Aventuranças.

Twitter. Padrefabiodemelo. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://twitter.com/pefabiodemelo>, 2018.

Vídeos

Amizade, Amor e Redes Sociais. Padre Fábio de Melo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fkobUgdv-T8>

Direção Espiritual. Pe Fabio de Melo. Quando andamos angustiados, deprimidos e ansiosos. 23/05/2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=9G-wKmoW_yc

Padre Fábio de Melo fala sobre sua relação com as redes sociais. Trecho de entrevista do Padre Fábio de Melo no programa *Conversa com Bial*. 20/05/2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ChK-MToAR7s>

Padre Fábio de Melo: medo de macumba? 08/05/2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=piLmmAcdeJE>

Redes Sociais. Pe Fabio de Melo. *Jornal Hoje*. 18/07/2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=657ZcCjTAG0>

Trecho de entrevista do Padre Fábio de Melo a Marília Gabriela. Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). 19/01/2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NXAPix12lbg>

Vida virtual. Padre Fábio de Melo. Programa Direção Espiritual. 06/02/2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dqWArSYQ2Lo&feature=youtu.be>