



# A IGREJA CATÓLICA E A DIFUSÃO DA FÉ NA HIPERMODERNIDADE: O EXEMPLO DO MASS MEDIA E AS ONLINE COMMUNITIES

■ JEFFERSON RODRIGUES DE OLIVEIRA<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente artigo, inserido nos estudos da geografia cultural pós-80, onde os aspectos simbólicos e os bens imateriais também são analisados, tem por objetivo apresentar uma discussão a partir das relações entre geografia e religião. A ótica do sagrado a ser analisada, procura tomar por base as estratégias de difusão da fé, realizadas pela Igreja Católica Apostólica Romana em seus diferentes movimentos eclesiais, em especial a Renovação Carismática Católica – RCC, para continuar mantendo seu poderio frente ao crescimento de outras doutrinas religiosas, assim como, o crescente processo na sociedade contemporânea da hipermodernidade.

**Palavras-chave:** Mass Media e *Online Communities*; Igreja Católica; Geografia e Religião; Canção Nova; Difusão.

## Introdução

---

As relações entre o homem e o divino, uma divindade nas religiões monoteístas ou divindades nas religiões politeístas tornou-se campo de análise em diversas ciências, onde cada uma possui sua especificidade nos estudos. Na *antropologia* – que se preocupa com seu objeto primordial: o homem em sua dimensão biológica e cultural; a sociologia que se preocupa com as formas e processos nos quais as interações intrinsecamente humanas se realizam; a filosofia que se preocupa com o homem enquanto animal *rationale* e *symbolicum* bem como os métodos dedutivos que permitem aceder ao conhecimento epistemológico; a teologia que se atém ao sagrado e suas múltiplas manifestações, metalinguagens e hierocracia.

A geografia como ciência do homem, se preocupa a partir dos estudos da religião, na análise da dimensão espacial do sagrado em suas múltiplas esferas e interpretações. Repleto de simbolismos e significados, o sagrado e seus agentes, são capazes de realizar transformações espaciais marcantes no tempo e no espaço a partir de suas práticas de devoção e vivências.

No campo geográfico brasileiro, os estudos voltados para a dimensão espacial do sagrado, tem sido realizado e difundido ao longo de mais de 20 anos de estudos e com uma base teórica fundamentada em estudos da religião por geógrafos alemães. A geógrafa Zeny Rosendahl, trouxe para a geografia brasileira, um importante estudo das relações existentes entre esses dois campos de análise - *Geografia e*

*Religião*. A partir dessa análise, a religião como um fenômeno cultural, tornou-se fonte de estudos aos geógrafos a partir da dimensão espacial.

Desta maneira, o presente artigo, inserido nos estudos da geografia cultural pós-80, onde os aspectos simbólicos e os bens imateriais também são analisados, tem por objetivo apresentar uma discussão a partir das relações entre geografia e religião. A ótica do sagrado a ser analisada, procura tomar por base as estratégias de difusão da fé, realizadas pela Igreja Católica Apostólica Romana em seus diferentes movimentos eclesiais, em especial a Renovação Carismática Católica – RCC, para continuar mantendo seu poderio frente ao crescimento de outras doutrinas religiosas, assim como, o crescente processo na sociedade contemporânea da hipermodernidade.

Desta maneira exemplos de difusão da fé a partir do *Mass Media*, e as *Online Communities* será analisado.

Visando atender os objetivos proposto, o presente artigo se divide em três partes: a) O Concílio Vaticano II (1962-1965) e a renovação da Igreja como estratégia de evangelização no século XXI; b) Difusão da fé na hipermodernidade: evasão de fiéis requer novas funções sócio religiosas; e c) Novas Comunidades Católicas: o exemplo da Canção Nova e a difusão através dos *mass media* (TV, Rádio e Internet) e as *online communities* (YouTube, Facebook, Twitter).

## **a) O Concílio Vaticano II (1962-1965) e a renovação da Igreja como estratégia de evangelização no século XXI \_\_\_\_\_**

“Das janelas do Vaticano II, abertas para o mundo inteiro, a Igreja dirige os olhos de sua mente para algumas categorias de pessoas: para os pobres, para os necessitados, para os aflitos, para os que são oprimidos pela fome e pela dor, para os encarcerados; nosso olhar se volta, portanto, em particular para aquela parcela da humanidade que sofre e chora, porque sabe que estas pessoas lhe pertencem por direito evangélico e experimenta imensas felicidades ao repetir as mesmas palavras do Senhor: “Vinde a mim, vós todos” (Mt, 11, 28)” Papa Paulo VI – 29.09.1963.

A citação anterior nos remete a pensar no que a literatura destaca sobre o Concílio Vaticano II, considerado um dos concílios mais importantes, ocorridos na Igreja Católica. O Concílio ocorreu no período de 1962 sob o papado de João XXIII e terminou apenas em 1965, durante o papado do Paulo VI. O evento ficou marcado por ser um divisor de águas para a Igreja Católica, principalmente por trazer inúmeras transformações basilares. Tratava-se de um momento de reflexão mundial da Igreja sobre ela mesma, e suas relações com mundo.

A necessidade de uma discussão sobre a Igreja em escala global, tornou-se necessária frente às mudanças e

indagações quem vinham ocorrendo na sociedade da época.

Até os dias atuais, as discussões sobre o Concílio Vaticano II e suas aplicabilidades e consequências são variadas, seja por autores religiosos ou por literaturas acadêmicas, porém o que nos interessa neste artigo é destacar que a partir deste movimento a Igreja Católica passa a atuar com uma postura diferenciada, principalmente em uma década marcada por inúmeras transformações na sociedade.

A partir de uma literatura vasta, observamos que nos anos 60, surgiram movimentos de protestos sociopolítico-culturais e religiosos em várias partes do mundo. Foram os anos de 1968 e 1969 marcados por momentos de crise no comportamento da sociedade mundial: na música, no vestuário, no movimento feminista, dentre outros. A religião acompanhou essas mudanças e tentou ser flexível ao momento de crise. Rosendahl (2012) apresenta uma justificativa contextualizada com as ideias weberianas de que, nos momentos de guerra e de crise social-econômica, a religião tende a ser um refúgio para o homem. Em algumas sociedades, ocorre um recrudescimento religioso do grupo social envolvido.

O parágrafo anterior nos remete ao período vivenciado pela sociedade, que propiciou mudanças nas bases da Igreja Católica Apostólica Romana através do Concílio Vaticano II (OLIVEIRA, 2010) como: a Igreja se voltar mais para o social; as missas antes em latim passaram a ser realizadas na língua nativa do país; os padres

passaram a ficar de frente para a assembleia. Esse Concílio possibilitou o surgimento de um dos movimentos que mais crescem na Igreja, a Renovação Carismática Católica, com sua gênese em 1967, nos Estados Unidos da América - EUA.

Corroborando com as ideias de Rosendahl (1999), o senso de santidade nesse período destacado, acaba sendo levado a um lugar secundário na sociedade, o que favorece perdas ao sagrado, ou seja, um desencanto do sagrado e o abandono de práticas religiosas. O homem torna-se cada vez mais independente da religião e de suas práticas, se centrando em suas experiências reais ou seu cotidiano, o dia a dia.

A partir do final da década de 1960, há um movimento de laicidade, ou seja, um processo de secularização, uma maneira de autocompreensão do social, fundamentada em ideologias ou visões de mundo produzidas por outras esferas ou instituições - o Estado, a ciência, o mercado, os meios de comunicação de massa se tornaram mais frequentes. Estamos diante de uma vivência cultural, globalizada de sacralidade, isto é, pessoas, objetos e lugares reconhecidos como sagrados. Isso representa a liberdade do homem frente à religião social e sua submissão à religiosidade cívica e pseudo-religiões (ROSENDAHL, 2001). Podemos aqui ainda acrescentar, a partir dessas novas transformações na sociedade, no século XXI, um período pós-moderno ou hipermoderno (LIPOVETSKY e SERROY, 2011), um século marcado pelo crescente *boom* tecnológico e o crescimento de uma

individualidade marcada pela busca do self (OLIVEIRA e ROSENDAHL, 2014).

Peter Berger (1985), acreditava que nas sociedades pós-1960 a laicidade iria continuar perdurando por um longo período de tempo. E poderia ocorrer até mesmo um possível esfriamento religioso do homem na sociedade. Porém apesar de visualizarmos uma mudança cultural no mundo pós-70, observamos um recrudescimento da fé. Isto é, há pessoas que buscam na religião, o contato com o sagrado, algo que transcende seu cotidiano, ou seja, o extra-cotidiano.

Observamos que ao longo das leituras na década de 70 é erigido um binômio fé-razão que não necessariamente se opõe, mas um vem como um contraponto do outro encerrando uma dicotomia social e, privilegiaremos o grupo social que optou pela escolha da fé. Seria a manifestação de uma hierocracia no mundo contemporâneo.

Essa própria afirmação de um recrudescimento religioso foi destacada por Berger (2000), ao mencionar que o processo de secularização da sociedade a partir de um processo de modernização, não veio a ocorrer totalmente de acordo com o seu pensamento e dos demais cientistas sociais.

Para Berger (2000, p.10),

"A ideia é simples: a modernização leva necessariamente a um declínio da religião, tanto na sociedade como na mentalidade das pessoas. E é

justamente essa ideia central que se mostrou estar errada. 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."

Com o recrudescimento da fé, notavelmente no final dos anos 60, década estas de inúmeras manifestações culturais e sociais, a religião católica acompanha as mudanças. Lança novos movimentos eclesiais, assim como, novas dinâmicas nas práticas e nas vivências religiosas do devoto. O destaque dessa mudança é o movimento e surgimento de comunidades eclesiais ligadas ao movimento da Renovação Carismática – RCC, que teve sua gênese o ano de 1967, pós-Concílio Vaticano II.

Nesta perspectiva, surgiram comunidades, estas de vida e aliança. Aqui no Brasil podemos destacar como grandes difusoras desse processo de Renovação Carismática Católica são as comunidades *Canção Nova* e *Shalom*, consideradas as duas maiores ligadas a esse movimento no Brasil. Ambas as comunidade atuam como polos difusores da fé católica no Brasil e no Mundo a partir dos meios de comunicação – TV, Rádio e Internet.

As comunidades inseridas no seio da renovação como assim podemos destacar, tem por objetivo trazer à sociedade atual um novo modelo de vivência social, tanto na política, na família, na arte, na economia, tendo por

finalidade a geração de uma nova cristandade em um novo milênio.

O aporte teórico nas ciências sociais acerca desse processo de renovação na Igreja Católica Apostólica Romana, tem demonstrando a partir de uma literatura vasta, o real interesse de estudiosos se aprofundarem mais academicamente nesse movimento, suas práticas, suas ações e transformações, que a cada novo momento vem modificando de maneira visível as bases da Igreja Católica no Brasil e no Mundo.

A partir dessas mudanças basilares na Igreja Católica e na sociedade, novas estratégias de difusão da fé deveriam ser realizadas. Em um primeiro momento observamos o surgimento de movimentos de base eclesial como a RCC; e na atual conjuntura da hipermodernidade, as comunidades ligadas a esse movimento servem de suporte para a manutenção, renovação e continuidade da fé católica nos diferentes meios de difusão da fé principalmente a partir do ciberespaço, um espaço virtual repleto de frentes de análise. Algumas questões aqui destacadas aprofundaremos na segunda parte deste artigo.

## **b) Difusão da fé na hipermodernidade: evasão de fiéis requer novas funções sócio religiosas**

Atualmente inseridos em uma conjuntura de vivências hipermodernas (LIPOVETSKY e SERROY, 2011), o tempo cada vez mais escasso é exprimido. A noção de tempo com o passar do tempo

foi sendo modificada, ou seja, as maneiras de como se o sente, acompanha de perto as transformações das sociedades, porque o tempo sentido e vivido é experienciado. Sendo fundado pelo cotidiano, é a tradução direta do movimento das conformações sociais.

Desta maneira, quanto mais intensas e aceleradas são as atividades de um coletivo, mas seus indivíduos sentirão o tempo de maneira corrida e igualmente acelerado. O tempo que conhecemos porque sentimos, tem sofrido uma aceleração, de maneira alucinante nas sociedades contemporâneas. A aceleração do tempo acrescida pela tecnologia favorece ao homem a criação de novos espaços, dentre os quais podemos destacar o ciberespaço (LÉVY, 1999).

Neste contexto o filósofo francês Guilles Lipovetsky e Charles Sébastien (2004, p.26) destacam que:

“[...] uma sociedade liberal, caracterizada pelo movimento, pela fluidez, pela flexibilidade; indiferente como nunca antes se foi aos grandes princípios estruturantes da modernidade, que precisaram adaptar-se ao ritmo hipermoderno para não desaparecer”.

Ainda segundo Lipovetsky e Charles (2004, p.75),

“a sociedade hipermoderna se apresenta como a sociedade em que o tempo é cada vez mais vivido como preocupação maior, a sociedade em que se exerce e se

generaliza uma pressão temporal crescente”

Muitas vezes os avanços da sociedade contemporânea eram vistos como fator que possibilitaria o surgimento de um secularismo religioso, uma queda gradativa das relações entre o homem e o sagrado, o que não ocorreu (BERGER, 1985, 2000). Como destacamos anteriormente, observamos transformações nas bases de diferentes religiões, em especial, a religião cristã católica. A Igreja Católica Apostólica Romana inserida neste contexto da hipermodernidade, começa a criar estratégias de difusão e manutenção da fé, para diminuir a perda de fiéis para outras doutrinas religiosas.

Visando a ratificar a afirmação anterior, buscaremos identificar de que maneira a Igreja Católica Apostólica Romana tem se inserido nesse contexto atual do tempo na hipermodernidade, para criar estratégias de evangelização? Alguns autores como Krieger (2007); Benedetti (2009); Camurça (2009); Carranza (2009, 2011); Carranza e Mariz (2009); Cleary (2011); Oliveira (2010, 2011); Rosendahl (2012, 2014) nos trazem excelentes estudos e interpretações sobre esses pensamentos, corroborando com nossas ideias.

A sociedade hipermoderna (LIPOVETSKY e SERROY, 2011) é marcada pela volta do indivíduo ao seu self, ou seja, o olhar para o seu próprio interior, em detrimento do mundo exterior. É interessante observarmos que as relações interpessoais e culturais

estão muito mais baseadas no universo do *ciberespaço*, principalmente através de uma *cibercultura*, aquilo que o filósofo francês Pierre Lévy destaca em seu livro *cibercultura* como:

"O ciberespaço (que também chamarei de rede) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.

Quanto ao neologismo "cibercultura", especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço." (LÉVY, 1999, p. 17).

Atualmente, nas transformações que vamos verificando na sociedade do século XXI, e sua crescente individualidade a partir da constante busca do self – eu –, a marca impressa dessa individualidade nos centros urbanos é visível na medida em que os encontros pessoais, as trocas, os diálogos e vivências, começaram a ser trocados pelo uso dos smartphones, dos computadores, tablets, entre outras tecnologias da informação.

Se observarmos os grandes

transportes de massa nos grandes centros como Rio e São Paulo, os *smartphones* são o principal meio de contato entre as pessoas. Normalmente, uma viagem que antes tinha um contato social, agora tornou-se virtual, onde o *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Instagram* entre outros meios e redes de comunicação virtuais e jogos, tornaram-se quase que parte da vida cotidiana de uma pessoa.

Ao observarmos a figura 1, publicada em uma página do facebook de uma ONG chamada I.L.D.E.S – *Instituto Latinoamericano para el Desarrollo Económico Sustentable*, demonstra de maneira clara a realidade em que a sociedade hipermoderna encontra-se inserida, com destaque para uma pessoa circundada em vermelho que seria atualmente "anormal", por não estar num processo de interação/padronização semelhantes aos demais.



Figura 1: Sociedade hipermoderna. Fonte: I.L.D.E.S - Instituto Latinoamericano para el Desarrollo Económico Sustentable, 2014.

O autor Goffman (1988), ratifica a partir dessas relações que estamos aqui destacando que a construção do *self* é condicionado a fatores externos, neste caso da sociedade hipermoderna em sua maioria através do emprego da tecnologia.

Neste contexto da hipermodernidade, podemos destacar as ideias de Guattari (1986) ao abordar a cultura de massa e singularidade, onde, uma cultura está ligada a um processo de individualidade atrelado a uma produção de subjetividade capitalista. Essa questão está muito ligada ao que ele destaca como cultura de massa, ou cultura-mercadoria. A tecnologia nesse processo permite o crescimento desse processo, e o aumento da individualidade, assim como, do consumo de mercadorias tecnológicas.

A Igreja a partir dessa nova realidade e com a perda de fiéis, entende que ter domínio sobre um grande e poderoso meio de comunicação é de extrema relevância para manutenção e aquisição de novas estratégias de evangelização.

Desta maneira, o *Ciberespaço*, o *Mass Media* e as *Online Communities*, ou seja, os meios de comunicação - TV, Rádio, Internet - e sistemas operacionais móbile - como Android da Google e iOS da Apple - e as mídias/redes sociais no ciberespaço - Facebook, Snapchat, YouTube, Twitter, Tumblr, Google+, Instagram, Flickr, WhatsApp - possibilitam a Igreja a ter novas frentes para domínio e controle.

A difusão da fé através dos meios de comunicação em suas diferentes esferas e escalas de uso possibilita ao devoto um maior contato com o divino. Observamos uma mudança na tradicionalidade da

Igreja, onde antes o contato com o divino só poderia ocorrer dentro das Igrejas e através de uma difusão por contato; atualmente em um período pós-moderno ou hipermoderno (LIPOVETSKY e SERROY, 2011) como podemos chamar a atual condição da sociedade pela busca do seu *self*, a busca da individualidade e a modernização da sociedade atual, o devoto pode participar da Missa, rezar o terço, ler a palavra - a Bíblia e o evangelho do dia, participar de shows, palestras e inúmeras outras opções sem sair de casa pela TV, pela Internet ou pelo celular.

Essa dualidade se insere até mesmo nos tipos de peregrinações (OLIVEIRA, 2011) e ao mesmo tempo em que traz o novo, a estratégia da Igreja é a de trazer à sociedade a busca do tradicional, o conservadorismo na Igreja (CARRANZA e MARIZ, 2009). Nesse sentido, vale ressaltar que apesar de existir essas novas frentes de evangelização, o católico praticamente ainda assim, deverá participar fisicamente na Igreja.

A relação do homem com a Divindade é variada e diferente em diversas religiões. A subjetividade faz parte deste diálogo. “Por que as religiões são diferentes?”, perguntam-se as pessoas e a resposta é “porque as experiências individuais são diferentes. Quando se reúnem em torno de um denominador comum, configura-se uma religião” (SKORKA e BERGOGLIO, 2013, p.27).

### **c) Novas Comunidades Católicas: o exemplo da Canção Nova e a difusão**

## da fé através dos mass media e as online communities

"No nosso século tão marcado pelos mass media ou meios de comunicação social, o primeiro anúncio, a catequese ou o aprofundamento ulterior da fé não pode deixar de se servir destes meios conforme já tivemos ocasião de acentuar. Posto ao serviço do Evangelho, tais meios são suscetíveis de ampliar, quase até o infinito, o campo para poder ser ouvida a Palavra de Deus e fazer com que a Boa Nova chegue a milhões de pessoas. A Igreja se sentiria culpável diante de seu Senhor, se ela não lançasse mão desses meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados. É servindo-se deles que ela 'apregoa sobre os terraços' a mensagem de que ela é depositária. Neles encontra uma versão moderna e eficaz do púlpito. Graças a eles consegue falar às multidões" (EN45). (ABIB, 2010, p. 34) – Utilização dos meios de comunicação – Evangelium Nutiandi)

A citação acima destacada no documento Evangelium Nutiande, foi uma das principais causas para o ensejo do Monsenhor Jonas, direcionar a comunidade Canção Nova para os meios de comunicação, visando difundir a fé católica. A Comunidade Canção Nova, fundada no dia 02 de fevereiro de 1978, na cidade de Queluz, interior de São

Paulo, através do Monsenhor Jonas Abib e mais 12 jovens se apresenta como uma das principais comunidades católicas do mundo (OLIVEIRA, 2011). Localizada na cidade de Cachoeira Paulista, no Vale do Paraíba Paulista, interior de São Paulo, a Canção Nova se configura como uma comunidade de vida e aliança que tem como carisma principal aquilo que é um dos objetivos nessa terceira parte do artigo, o carisma pela evangelização e a difusão através dos meios de comunicação, podendo adicionar aqui também as Online Communities, inseridas no contexto do ciberespaço.

O geógrafo Oliveira (2010, 2011) em seus estudos sobre a Comunidade Canção Nova e a cidade de Cachoeira Paulista, destaca a importância da comunidade e dos peregrinos como agentes modeladores do espaço urbano da Hierópolis de Cachoeira Paulista. Ainda segundo o autor, o crescimento da comunidade, seu espraiamento e seu processo de difusão pelo Brasil e no exterior a partir de casas de missões, favoreceu a ratificação do carisma da comunidade de evangelização através dos meios de comunicação.

Inserida no contexto da hipermodernidade, a Canção Nova investe maciçamente em sua difusão pela TV, Rádio, Internet e sistemas operacionais mobile para smartphones, como Android da Google e IOS da Apple. Sua rede de TV, o Canal Canção Nova, possui uma abrangência nacional e internacional, principalmente através das parabólicas, canais abertos e de TV's por assinatura como NET, Sky, Claro, Oi, Vivo entre outras, assim como, retransmissões de

suas programações, ou programas próprios para serem transmitidos em outros países. Em Portugal, por exemplo, a comunidade possui uma casa de missão em Fátima e uma programação na TV voltada para o público português. A transnacionalização do catolicismo brasileiro representado pela comunidade, favorece a convergência crescente de peregrinos portugueses e de peregrinos de outros países dos quais a comunidade se encontra inserida com alguma casa de missão ou atividades religiosas.

A difusão pelos meios de comunicação, os encontros de orações realizados em sedes dos EUA, Paraguai, Argentina, França, Itália, Israel, entre outros, países como o Japão, favorecem o processo de convergência de peregrinos para a sede da comunidade no Brasil.

E como a Canção Nova iniciou esse processo de difusão através dos meios de comunicação? Os meios de comunicação começaram a ser utilizados pela Canção Nova segundo Abib (2010) a partir da doação de um duplicador de fitas cassetes, que era utilizado para copiar as palestras gravadas nos encontros para depois vendê-las. A partir disto, começaram a produzir o primeiro programa de rádio na Rádio Mantiqueira em Cruzeiro (SP) e posteriormente programas vieram a surgir em diferentes estações, como na Rádio Cultura de Lorena, Rádio Bandeirantes de Cachoeira Paulista (atual Canção Nova) e na Rádio Mineira do Sul, em Passa Quatro, Minas Gerais (OLIVEIRA, 2010).

Para que viesse a ocorrer o processo de difusão pelos meios de comunicação, um documento foi o diferencial para esse processo: o

*Evangelium Nutiandi* (PAULO VI, 1975), mencionado ao Monsenhor Jonas Abib pelo então bispo de Lorena, Dom Antônio fomentou o processo de confirmação para o objetivo daquilo que a Canção Nova faria de transformar o homem para um mundo novo e seu principal meio de evangelização, de difusão da fé, seriam os usos dos meios de comunicação tais como TV, Rádio, Internet além do comércio de produtos do departamento de audiovisual (DAVI) como livros, CDs, DVDs, vídeos, dentre outros materiais.

Com o objetivo maior de evangelizar pelos meios de comunicação, a Canção Nova qualifica-se como uma comunidade católica brasileira com rede internacional de difusão. Vários são os fatos dessa magnitude, talvez o *Sistema Canção Nova de Comunicação* tenha crescido a partir da contribuição de sócios, ou de pessoas que veem na Canção Nova uma obra de evangelização. Vale ressaltar que, a cada mês, a comunidade possui uma demanda atualmente em torno de mais de 15 milhões de reais, para a manutenção geral do Sistema Canção Nova de Comunicação. São dados fornecidos anualmente a partir da Revista Canção Nova (OLIVEIRA, 2010).

A Canção Nova possui as características de um poder hierárquico e burocrático comum no poder religioso da Igreja Católica Apostólica Romana, centrado no poder do Papa, no Vaticano. A configuração espacial, em rede religiosa, uma rede hierárquica proporcionando melhor a difusão e o crescimento da comunidade.

Atualmente a Canção Nova possui 28 casas de missão no Brasil e exterior, a sede – Cachoeira Paulista, 21 casas de missão no Brasil e seis no exterior – EUA, Portugal, França, Itália, Israel e Paraguai. O reconhecimento desse tipo de evangelização por parte da Administração Vaticana foi proclamado como Reconhecimento Pontifício. Isto possibilitou a aceitação do poder central, representado pelo Papa, no ano de 2008, endossando ainda mais a configuração espacial e a importância da fé da comunidade para a Igreja Católica no Brasil e no mundo.

Dessa maneira a Canção Nova, inserida no movimento da Renovação Carismática Católica, torna-se objeto de grande interesse aos estudos geográficos e acadêmicos devido à dimensão espacial do sagrado, na construção e modelação dos lugares. Tal reconhecimento deve ser interpretado como estratégia de Roma diante da situação de fé no Brasil, pois é do conhecimento as interferências já feitas pelo Papa em práticas religiosas brasileiras e aos padres, como exemplo Frei Leonardo Boff e, a partir das práticas religiosas dos peregrinos, como os agentes modeladores do espaço.

As mudanças político-culturais ocorridas na segunda metade do século XX nos diferentes segmentos da sociedade e nos diversos grupos sociais marcaram fortes mudanças culturais. As instituições religiosas tentam acompanhar esse fenômeno abraçando assim, o meio técnico científico informacional. Sendo assim, Krieger (2007, p. 9) nos informa que:

"Entre os desafios atualmente enfrentados pelo evangelizador, um de grande peso é a dificuldade do encontro pessoal. Nem sempre é possível fazer visitas; prédios e condomínios se fecham sempre mais; o medo aumenta as distâncias. Através dos modernos meios de comunicação, contudo, tem-se a possibilidade de "entrar" em muitas casas e corações, para apresentar a proposta de Jesus Cristo. Essa apresentação deve ser feita com um grande respeito às pessoas e à verdade."

Pelas ideias de Krieger (2007) e comungando com Silveira (2003, p. 46),

"A religião entra também na era da imagem quando igrejas/grupos religiosos (católico, pentecostal, neopentecostal, espiritismo e outros) se lançam na TV, internet, na moderna linguagem de propaganda para a divulgação de suas "propostas" de experiência a uma multidão de indivíduos e, quando, por outro lado, é tragada pela "espetacularização", seus temas e valores tornam-se espetáculos bons para se olhar, para se consumir, sem que haja a contrapartida do comprometimento com o conteúdo." (SILVEIRA, 2003, p. 46).

A difusão da fé não é mais possível apenas por contato pessoal e, por isso, tem migrado para uma difusão da fé on-line. Isto é, converge para o uso de meios de comunicação com destaque para o site *www.cancaonova.com*, a TV Canção Nova, à Rádio e o Departamento de Áudio Visual (DAVI). São novas relações de contato virtuais.

Os meios de comunicação favorecem boa oportunidade na difusão de ideias, de notícias e de outras informações que interligam o universo virtual com a rede religiosa. A Igreja, ao ver que essa rede se constitui em um dos inúmeros métodos de evangelização, apropria-se dos recursos disponíveis para se inserir em uma sociedade globalizada e, por conseguinte, difundir as ideias religiosas e a palavra de Deus, mantendo sua hegemonia mesmo diante do crescimento de outras doutrinas. Essa difusão iniciou-se principalmente a partir do *Evangelium Nutiand* (PAPA PAULO VI, 1975).

No pensamento de Abib (2010, p. 30-31), “a Igreja se sentiria culpável diante de seu Senhor, se ela não lançasse mão desses meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados”. A partir disto, foi possível perceber que os meios de comunicação estiveram presentes desde o início e durante o crescimento da comunidade. Afirmamos que o seu principal meio de propagação e divulgação foi a mídia. A edição comemorativa de 30 anos da *Revista Canção Nova* (nº94, 2008) afirma esse desejo da comunidade. Evangelizar é comunicar. Seu objetivo está na citação:

"Não apenas vocação, mas

instrumento crucial para a missão evangelizadora – o Sistema Canção Nova de Comunicação abrange diferentes mídias, que, como a figura da Santíssima Trindade, se complementam, se completam, seguindo uma linha única de apostolado. São elas: Rádio (AM e FM), TV, Internet, Webtv, e outros modernos recursos de comunicação hoje disponíveis, como móbile (tecnologia que permite a transmissão de músicas, fotos, imagens, vídeos e pregações pelo celular, palmtops, iPod, entre outros).

A difusão da fé on-line e os diferentes tipos de expansão da religião em fluxo de mensagem na mídia permitem atingir inúmeros devotos. Representa um fluxo de informações da mensagem religiosa por diferentes meios de diferentes novos usos da informática. A Canção Nova atualiza-se através das novas tecnologias no ramo das telecomunicações. Estratégia de sucesso na divulgação de suas ideias, a de cunho religioso tem sucesso, como exemplo dos canais da Canção Nova no Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Flickr, entre outros meios de difusão da fé.

## Conclusão \_\_\_\_\_

Ao longo do texto fora possível tornar inteligíveis as transformações as quais nossa sociedade vem perpassando ao longo dos anos, e principalmente nas

últimas décadas até sua atual condição no chamado mundo pós-moderno ou hipermoderno (LIPOVETSKY e SERROY, 2011). Frente a essas novas transformações, a Igreja não poderia ficar à margem desses processos devendo assim, criar estratégias de difusão para se manter no poder.

Desta maneira o tema aqui apresentado não se esgota, pelo contrário, o presente texto servirá de base e suporte para outras pesquisas que poderão surgir a partir deste temário envolvendo o processo de hipermodernidade da sociedade contemporânea, assim como, essas relações entre espaço, religião, ciberespaço e redes de comunicação.

Observamos que o homem religioso na hipermodernidade, não apenas possui suas características e práticas tradicionais do viver e sentir o sagrado como destacado pelo autor Greco (2009), mas também apresenta novas práticas de vivência da fé a partir dos meios de comunicação e o ciberespaço, ou seja, uma prática religiosa virtual, imaginária e simbólica.

"O homem religioso é aquele que foi tocado pela potência sagrada. Ele pode orar, oferecer sacrifícios, realizar atos religiosamente motivados, uma vez que foi atingido pela manifestação do Sagrado que transforma seu ser e sua existência, tornando-o seu interlocutor e solicitando sua resposta. É constituído como sujeito de uma experiência, enquanto é o "objeto" da ação

divina. (GRECO, 2009, p. 87, 88)

A partir dessa nova conjuntura, o homem religioso participa de missas e eventos que são transmitidas através de redes de televisões católicas, a partir da internet e de aplicativos em smartphones. O momento entre o homem religioso e o sagrado pode vir a ocorrer também através de capelas virtuais, velas virtuais, aplicativos com a bíblia e leitura do dia. Para encerrarmos nossa discussão neste artigo, podemos destacar que o ratificar deste trabalho em analisar a inserção da Igreja Católica Apostólica Romana no contexto da hipermodernidade, parte do pressuposto daquilo que Zygmunt Bauman (2003), destaca sobre a *modernidade líquida*, onde, nada na atualidade pode ser engessado ou cristalizado, tudo é mutável, a realidade é efêmera. Desta maneira, a religião possui uma real necessidade de se inserir nestes contextos plurais para não ficar engessada, cristalizada, e sim poder a partir da hipermodernidade, continuar gerenciado seu poder em diferentes escalas.

Ainda de acordo com as ideias de Bauman (2008, p.9):

"Os adolescentes equipados com confessionários eletrônicos portáteis são apenas aprendizes treinando e treinados na arte de viver numa sociedade confessional – uma sociedade notória por eliminar a fronteira que antes separava o privado e o público, por transformar o ato de expor

publicamente o privado numa virtude e num dever público (...)"

Observamos que nesta citação de Bauman (2008) e comungando com as ideias de Lipovetsky (2004) e Goffman (1988), a sociedade poder estar inserida na hipermodernidade através da busca pelo *self* e o *individualismo*, mas também se encontra em uma *modernidade líquida* onde as perdas dos valores e a necessidade de ser expor ganham destaque na sociedade atual.

A tecnologia e os meios de comunicação favorecem essas relações e trocas, de maneira que a tecnologia é o catalisador que favorece essas mudanças na sociedade. A religião tenta acompanhar esse processo, criando estratégias para assegurar seus devotos frente a essas mudanças. Desta maneira, a tecnologia pode favorecer uma dualidade. A primeira no afastamento e distanciamento do homem religioso de suas práticas, assim como, pode o tornar mais vivente a partir das diferentes estratégias criadas pelas religiões.

## Notas

<sup>1</sup> Doutorando em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia - PPGeo-UERJ. Professor pesquisador e colaborador no Programa de Extensão em Estudos Avançados em Geografia, Religião e Cultura - PEAGERC e no Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Espaço e Cultura - NEPEC e no. E-mail: jeffersongeouerj@yahoo.com.br

## Referências Bibliográficas

ABIB, Jonas. Canção Nova: uma obra de Deus. 6.ed. São Paulo: Canção Nova, 2010.

BENEDETTI, Luiz Roberto. Novos rumos do catolicismo. In: CARRANZA, Brenda; MARIZ, Cecília e CAMURÇA, Marcelo. (Org.) Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2009, p. 17-32.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 258p.

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo. A transformação das pessoas em mercadorias. 3ed. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERGER, Peter. L. O Dossel Sagrado: Elementos para uma Teoria Sociológica da Religião. São Paulo: Paulus, 1985. (Coleção Sociologia e Religião).

BERGER, Peter. L. A dessecularização do Mundo: uma visão global. In: Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, 21(1): 9-24, 2000.

CAMURÇA, Marcelo Ayres. Tradicionalismo e meios de comunicação de massa: o catolicismo midiático. In: CARRANZA, Brenda; MARIZ, Cecília e CAMURÇA, Marcelo. (Org.) Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2009, p.

59-77.

CARRANZA, Brenda. Perspectivas da neopentecostalização católica. In: CARRANZA, Brenda; MARIZ, Cecília e CAMURÇA, Marcelo. (Org.) Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2009, p. 33-58.

CARRANZA, Brenda. Catolicismo Midiático. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2011.

CARRANZA, Brenda e MARIZ, Cecília Loreto. Novas comunidades católicas: por que crescem? In: CARRANZA, Brenda; MARIZ, Cecília e CAMURÇA, Marcelo. (Org.) Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2009, p. 139-170.

CLEARY, Edward L. The Rise of Charismatic Catholicism in Latin America. Gainesville, FL: University Press of Florida, 2011.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. Micropolítica: Cartografias do Desejo. Petrópolis: Vozes, 1986;

GOFFMAN, Erving. Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan S.A., 1988.

GRECO, Carlo. A experiência religiosa – essência, valor, verdade. São Paulo: Loyola, 2009.

KRIEGER, Dom Murilo. Anunciai a boa

nova: Os Meios de Comunicação a Serviço da Igreja. São Paulo: Editora Canção Nova, 2007.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: ED. 34, 1999. 272p.

LIPOVETSKY, Gilles e CHARLES, Sébastien. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, G. e SERROY, J. A cultura mundo, resposta a uma sociedade desorientada. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

OLIVEIRA, Jefferson Rodrigues de. Hierópolis Carismática em Cachoeira Paulista: Canção Nova e as peregrinações pós-modernas. In: – Espaço e Cultura, Rio de Janeiro: UERJ, PEAGERC/NEPEC, 2010, p. 71-80.

OLIVEIRA, Jefferson R. de. Representações e práticas religiosas da Renovação Carismática Católica em Cachoeira Paulista: o exemplo da Canção Nova. Espaço e Cultura (UERJ), v. 30, p. 36-54, 2011. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/espacoecultura/article/view/4951>>.

OLIVEIRA, Jefferson R de; ROSENDAHL, Zeny. Religião, Política e Espaço: a difusão da fé através do Mass Media e as Online Communities. In: MOREIRA, Alberto da [et al.]. Religião, espetáculo e intimidade: múltiplos olhares. Goiânia: Ed. da PUC Goiás, 2014.

ROSENDAHL, Zeny. O Espaço, o Sagrado e o Profano. In: ROSENDAHL, Z. e CORRÊA, R. L. Manifestações da cultura no espaço. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

ROSENDAHL, Zeny. Espaço, Política e Religião. In: ROSENDAHL, Z. e CORRÊA, R. L (org.), Religião, Identidade e Território, Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

ROSENDAHL, Zeny. Primeiro a Obrigação, Depois a Devoção: estratégias da Igreja Católica no Brasil, de 1500 a 2005. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2012.

ROSENDAHL, Zeny. Tempo e Temporalidade, Espaço e Espacialidade: A Temporalização do Espaço Sagrado. Espaço e Cultura (UERJ), 2014.

SILVEIRA, Emerson José Sena da. "Turismo Religioso", Mercado e Pós-Modernidade. In: DIAS, Reinaldo. SILVEIRA, Emerson J. S. da, (Org.). Turismo Religioso: ensaios e reflexões. Campinas, SP: Editora Alínea, 2003. p. 39-93.

PAPA PAULO VI. Evangelii Nuntiandi (1975). Documento papal. Disponível em: <[www.vatican.va](http://www.vatican.va)> Acesso em: 15 jan. 2012;

REVISTA Canção Nova, nº94. São Paulo: Canção Nova, novembro de 2008;

SKORKA, A. e BERGOGLIO, J. Sobre o céu e a Terra. Tradução: Sandra Martha Dolinsky. São Paulo: Paralela, 2013.

**THE CATHOLIC CHURCH AND THE DIFFUSION OF FAITH IN HYPERMODERNITY: THE  
EXAMPLE OF MASS MEDIA AND ONLINE COMMUNITIES**

**ABSTRACT: THE PRESENT ARTICLE, INSERTED IN THE STUDY OF POST-80 CULTURAL GEOGRAPHY, WHERE THE SYMBOLIC ASPECTS AND IMMATERIAL GOODS ARE ALSO ANALYZED, AIMS AT PRESENTING A DISCUSSION FROM THE RELATIONS BETWEEN GEOGRAPHY AND RELIGION. THE OPTICS OF THE SACRED TO BE ANALYZED, LOOKING TO BUILD ON THE DIFFUSION STRATEGIES OF FAITH REALIZED BY THE ROMAN CATHOLIC CHURCH IN YOURS DIFFERENT ECCLESIAL MOVEMENTS, ESPECIALLY THE CATHOLIC CHARISMATIC RENEWAL - CCR TO CONTINUE KEEPING YOUR FRONT POWER THE GROWTH OF OTHER RELIGIOUS DOCTRINES, AS WELL AS THE GROWING PROCESS IN CONTEMPORARY SOCIETY OF THE HYPERMODERNITY.**

**KEYWORDS: MASS MEDIA AND ONLINE COMMUNITIES; CATHOLIC CHURCH; GEOGRAPHY AND RELIGION; CANÇÃO NOVA; DIFFUSION.**