



## **Novas Formas de Evangelizar: Igreja e Mídias Atuais no Mundo Religioso Pós-**

### **Moderno: Caminho Possível?<sup>1</sup>**

Thamiris de SOUSA<sup>2</sup>

Rodrigo de SOUSA<sup>3</sup>

Mauro MAIA<sup>4</sup>

Universidade da Amazônia, Belém, PA

**RESUMO:** Na contemporaneidade, com o surgimento frequente de novas tecnologias, é muito difícil conseguir escapar dessa tendência de se relacionar cada vez mais virtualmente. Nos últimos anos, tem-se verificado o surgimento e aumento destas ferramentas tecnológicas que, de certa forma, motivam ou pressionam as pessoas a estarem cada vez mais “conectadas” no e para o mundo. Até mesmo a religião já se apropriou dessas novas formas de comunicar para divulgar seus conteúdos, missas, cultos etc. Na pós-modernidade, um novo espaço está sendo criado. Com a igreja não seria diferente. Nesse espaço, o real e o imaginário, o próximo e o distante, o religioso e o profano ficam cada vez mais confusos e difíceis de serem definidos. O ciberespaço move o indivíduo para essa nova realidade que vem modificando o mundo e as maneiras como as pessoas se relacionam e pensam.

**PALAVRAS-CHAVE:** Novas Tecnologias; Religião; Pós-Modernidade; Ciberespaço.

**ABSTRACT:** In contemporary times, with the frequent emergence of new technologies, it is very difficult to escape this tendency to relate more and more virtually. In recent years, there has been the emergence and growth of these technological tools that somehow motivate or push people to be more "connected" in and to the world. Even religion has incorporated these new forms of communication to spread his words, masses, etc. cults. In post-modernity, a new space is being created. With the church would be no different. In this space, the real and imaginary, the near and far, the religious and the secular become increasingly confused and difficult to define. Cyberspace moves the individual to this new reality that is changing the world and the ways people relate and think.

**KEYWORDS:** New Technologies, Religion, Postmodernism; Cyberspace.

### **Considerações Iniciais**

A Igreja Católica Apostólica Romana durante muito tempo utilizou apenas um meio de divulgação do evangelho, a Bíblia. É claro que, com o surgimento de novas

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na Sessão Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina (DT7) – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação. 8º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, na Universidade da Amazônia. E-mail: [thamiris.sousa@hotmail.com](mailto:thamiris.sousa@hotmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação. 8º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, na Universidade da Amazônia. E-mail: [rodrigo\\_sousa\\_30@hotmail.com](mailto:rodrigo_sousa_30@hotmail.com).

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Professor do curso de Comunicação Social da Unama. E-mail: [mcfeitosamaia@gmail.com](mailto:mcfeitosamaia@gmail.com).



técnicas e conseqüentemente de novos meios de comunicação, gradativamente a igreja foi se apropriando dessas ferramentas para divulgar sua doutrina. Só que ninguém, nem a comunidade católica, imaginava que as tecnologias fossem crescer consideravelmente nos últimos anos, sendo capazes de criar novas e mais eficazes ferramentas de comunicação “on-line”, com o surgimento de novas mídias e, por conseguinte, novas formas de comunicar.

Segundo publicações do CELAM – Conselho Episcopal Latino-Americano - (1988), a invenção da imprensa em meados do século XV, que junto com outros sucessos científicos e tecnológicos marcaria a passagem da Idade Média à Moderna – produziu um fato significativo, a saber:

O primeiro livro impresso foi a Bíblia. A partir de então, os escritos que antes estavam destinados a serem lidos e interpretados por uns poucos privilegiados, começaram a chegar às mãos de uma maioria alfabetizada. Nos séculos posteriores, as tecnologias relacionadas à comunicação social se desenvolveram em ritmo acelerado. (CELAM, 1988).

Durante muito tempo, portanto, existia apenas um meio de comunicação disponível para propagar a mensagem da igreja. Na verdade, por muitos anos, a Bíblia passou a ser esse meio de divulgação escrito a divulgar a mensagem religiosa cristã. Até mesmo o termo “comunicação social”, segundo o Conselho Episcopal, foi empregado somente a partir dos anos 1960 pelos documentos conciliares e pontifícios da igreja, para fazer referência à finalidade dos que até então vinham sendo denominados *mass media*<sup>5</sup>. (Idem).

### **Religião e a Propagação da Mensagem**

Religião, segundo Alves, é uma “teia de símbolos, rede de desejos, confissão da espera...” (1984, p.22). Segundo ele, a religião não é composta de itens extraordinários. Mas, “há coisas a serem consideradas: altares, santuários, comidas, perfumes, lugares, capelas, templos, amuletos, colares, livros... e também gestos, como os silêncios, os olhares, rezas, encantações, renúncias, canções, poemas, romarias, procissões, peregrinações, exorcismos, milagres, celebrações, festas, adorações.” (idem, p. 22-23).

Todos esses objetos visíveis ou invisíveis aos olhos humanos são encontrados e percebidos no cotidiano, de alguma forma. Em celebrações eucarísticas, romarias, procissões, ou simplesmente no contato midiático, em que o indivíduo assiste à missa

---

<sup>5</sup> Os *mass media* são sistemas organizados de produção, difusão e recepção de informação. Estes sistemas são geridos por empresas especializadas na comunicação de massas e exploradas nos regimes concorrenciais, monopolísticos ou mistos. As empresas podem ser privadas, públicas ou estatais. (Disponível em <http://www.univ-ab.pt/~bidarra/hyperscapes/video-grafias-266.htm>).



pela televisão, ouve as canções, reza o terço, pode-se perceber o objeto visível (o padre, sua roupa, acessórios...), bem como o invisível (a fé, a dor, a angústia, tristeza, alegria, esperança...).

### **Novas Mídias, Religião e Juventude**

Com o passar dos anos, a tecnologia tornou-se cada vez mais presente no cotidiano das pessoas em todas as áreas da atividade humana. A religiosidade, mesmo com a histórica tendência ao conservadorismo, não escapa dessa realidade. Nesse novo tempo pós-moderno, segundo Burity (2005), cada vez mais a tecnologia é utilizada pelas religiões para se comunicar com os seus fiéis.

A finalidade da Igreja Católica em utilizar hoje – bem mais que outrora – os *mass media* é, entre outras coisas, evangelizar e anunciar o evangelho<sup>6</sup> para um maior número de pessoas, principalmente aos jovens. Como aponta a matéria intitulada “O Papa e os jovens - Do primeiro discurso às palavras finais, João Paulo Segundo sempre procurou aproximar a igreja católica da juventude”<sup>7</sup>, o referido Papa usou todas as mídias, inclusive a internet, para falar com a juventude, mas o diálogo não foi fácil. Essa dificuldade pode ser analisada nas palavras de Mariana Gentil, de 16 anos que, na mesma matéria, afirmou: “É difícil conciliar o pensamento da igreja, que é um pensamento conservador com o pensamento que a gente vive hoje em dia, porque é tudo muito diferente na sociedade, não somos mais tão religiosos.”

Por isso, essa frase, proferida pelo bispo dom Pedro Luís, da Pastoral da Juventude, na mesma reportagem, faz sentido: “A igreja tem que dar prioridade à juventude, porque é o futuro da própria igreja e da humanidade”.

### **Modificações na Evangelização**

Na realidade, o próprio processo de evangelização utilizado pela igreja mudou ou está em permanente mudança. No entanto, percebe-se na atualidade que as missas, palestras, homilias, confissões, entre outros, que antes eram realizadas em ambientes fixos, passaram a ter lugar garantido também nos *mass media*. Sendo propagadas inicialmente pelos meios de comunicação tradicionais, televisão, rádio e jornal, hoje as mensagens religiosas estão se deixando propagar pelas novas tecnologias da comunicação (YouTube, Facebook, Twitter, blogs etc.).

---

<sup>6</sup> Evangelização pode ser definida como qualquer forma de pregação e [empenho](http://oevangelhonapratica.blogspot.com/2010/05/evangelizar-ou-fazer-proselitos.html), com fins de adquirir adeptos, produzir conversão ou mudanças de hábitos, crenças e valores. (Disponível em <http://oevangelhonapratica.blogspot.com/2010/05/evangelizar-ou-fazer-proselitos.html>).

<sup>7</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/jornalhoje/0,,MUL1147601-16022,00-O+PAPA+E+OS+JOVENS.html>.



Mas, quais serão os impactos dessa “abertura” para uma nova era, em que as pessoas deixam de ser meras receptoras, tornando-se agora participantes do meio, produtoras de informação e ocupantes de um lugar na mídia? Isso lembra uma das características da pós-modernidade, que é a expectativa da possibilidade de “voz” que fala Harvey (2003, p. 110) citando Huyssens, quando afirma que a pós-modernidade tem especial valor por “reconhecer as múltiplas formas de alteridade que emergem das diferenças de subjetividade, de gênero e sexualidade, de raça, de classe, de (configurações de sensibilidade) temporal e de localizações e deslocamentos geográficos espaciais e temporais”. Uma vez que, em um passado não muito distante, as pessoas se satisfaziam com as palavras do sacerdote na missa, com sua homilia, sem questionamento algum. Elas não o indagavam e, muito menos, questionavam sobre os assuntos explorados pela igreja.

Além disso, o fato de as mídias atuais proporcionarem maior interatividade entre as pessoas remete a outro conceito pós-moderno, nas palavras de Harvey: “A idéia de que todos os grupos têm o direito de falar por si mesmos, com sua própria voz, e de ter aceita essa voz como autêntica e legítima, é essencial para o pluralismo pós-moderno”. (HARVEY, 2003, p. 52).

Percebe-se que a comunidade eclesial e a população, de uma maneira geral, não são mais apenas receptoras das informações divulgadas pela mídia. Elas agora passam a ter um papel determinante dentro dos veículos comunicacionais. Porém, como a Igreja Católica consegue fazer isto? Como a mídia pode ajudar a propagar informações religiosas, fazendo com que fortaleçam as estratégias da igreja? Até que ponto as novas mídias podem servir como meio de divulgação do evangelho?

Uma coisa, porém, é fato: há uma significativa mudança no modo de ser e fazer igreja (cultos, novenas, homilias...) nos dias atuais. Estes eventos, há alguns poucos anos, poderiam ser “assistidos” apenas no templo, na igreja, junto com a comunidade, ou, ao máximo, poderiam ser assistidos pela televisão, ouvidos no rádio ou lidos no jornal. Hoje, no entanto, com o avanço da tecnologia, os eventos religiosos não têm mais fronteiras. Vistas e interagidas na Internet, como em blogs católicos, onde o fiel pode comentar, sugerir, reclamar ou elogiar os assuntos ali tratados, as programações religiosas chegam a pessoas que antes tinham poucas chances de conhecê-las. Ou, por que não, atraem novos fieis ao catolicismo - fazendo com que eles passem a ir ou não à Igreja a partir de então, - (uma vez que ter uma crença não necessariamente está ligado a pertencer a alguma instituição religiosa, ou seja, a ir fielmente à missa, por exemplo).



## As Mudanças

“O noivo estava elegante, a noiva deslumbrante de branco, mas todos os olhos estavam voltados para o padre, um robô de 1,2 metros de altura de olhos coloridos e reluzentes chamado i-Fairy.”<sup>8</sup> Quem poderia imaginar que um dia esta cena ocorreria, um padre robô celebrando uma missa? Mas, o episódio aconteceu, unindo casal no Japão.

O robô é usado geralmente em museus e exposições para guiar os visitantes, mas com a ajuda de um capacete de flores e um novo programa, ele declarou Satoko Inoue e Tomohiro Shibata casados na cerimônia ocorrida no domingo, 16 de maio deste ano<sup>9</sup>. O casal fez essa opção porque, de certa forma, o robô possibilitou que eles se encontrassem. Ela trabalha na empresa que vende o aparelho. Ele apareceu um dia para comprar e foi amor à primeira vista. O evento foi anunciado como o primeiro casamento realizado por um robô, um matrimônio apropriado para o casal que se conheceu através de máquinas, já que a noiva, Inoue, trabalha para a empresa que fabrica o i-Fairy e seu marido, Shibata, é um cliente.

Esse talvez seja o exemplo mais significativo ou, ao menos, interessante e surpreendente que mostra como a tecnologia tem avançado, até mesmo com relação à religião, mostrando episódios, como esse, que chegam a causar espanto.

Outro exemplo dessa nova cultura, a “cultura digital”, pode ser percebido no site do Vaticano ([www.pope2you.net](http://www.pope2you.net)). Criado em 2009 especialmente para o público jovem, o site possibilita o acesso às ferramentas inovadoras como o Facebook e vídeos em formato disponível para iPhone, em que podem ser transmitidas e retransmitidas mensagens papais e religiosas para um número cada vez maior de usuários dentro da rede.

Além disso, há sites religiosos que têm sido instrumentos de inúmeras dioceses e paróquias católicas para integrar o fiel na vida da comunidade, divulgando horários de missas, confissões, liturgia diária, orações, palavras do bispo, santo do dia etc., fazendo com que a comunidade possa se inserir cada vez mais neste meio<sup>10</sup>.

Ademais, há alguns meios de evangelização inovadores, pouco conhecidos e interessantes, como é o caso do Second Life (“Segunda Vida”). Conhecido como uma vida em três dimensões dentro da rede, o ambiente virtual e tridimensional que simula

---

<sup>8</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u736856.shtml>.

<sup>9</sup> Idem.

<sup>10</sup> Um exemplo de site é o da Capela Virtual das Irmãs Paulinas, disponível em: <http://www.paulinas.org.br/capelavirtual/index2.htm>.



alguns aspectos da vida real e social do ser humano teve início em 2003 e pode ser conhecido como um jogo, um comércio virtual ou uma rede social. E é um meio que tem sido utilizado pela comunidade católica Canção Nova para evangelizar. Funciona assim: Os membros desta comunidade entram no jogo simulando a Canção Nova, tentando retratar ao máximo seus produtos e eventos para, assim, convidar as pessoas dentro da aposta a conhecerem o grupo. Tudo isso para que os internautas possam se sentir interessados em conhecer e buscar mais informações a respeito das mensagens religiosas.

Comprar uma bíblia, um CD musical, um terço ou um livro também se tornou assunto digital, alimentando, assim, a fé de maneira bem mais prática. O comércio virtual tem crescido em diversos setores, e um deles é na área de produtos religiosos que acaba proporcionando ao comprador maior conforto e facilidade. Tudo isso realizado através das novas tecnologias, como a internet.

Há ainda outro fator relevante: a evangelização realizada nas redes sociais como Orkut e Twitter, em que podem ser divulgadas mensagens religiosas, links de missas, homilias, sites católicos; vídeos com palestras, terços, mensagens de santos etc., sem que a pessoa saia de casa. Essas mensagens podem também ser repassadas ou, no caso do Twitter, re - twittadas para um número maior de pessoas, sendo propagada, assim, a mensagem religiosa, podendo haver, neste momento, a evangelização.

Existem também os Weblogs (diários na internet) que são instrumentos eficazes utilizados pela igreja como forma de evangelização. Um exemplo disso é o blog do Padre Joãozinho. Sem uma paróquia para celebrar missas cotidianamente e evangelizar, o referido sacerdote diz que sua paróquia, em alguns momentos, é seu blog, já que, segundo ele, desde o dia 18 de dezembro de 2008 até o ano passado, houve 86 000 visitas contabilizadas nele<sup>11</sup>, o que faz com que sua popularidade e a mensagem religiosa tomem proporções enormes, chegando a inúmeras pessoas em diversos lugares do mundo. (Sem esquecer que esses números não se referem a visitas realizadas no ano de 2010).

Padre Joãozinho se refere ao blog como parte de sua paróquia devido ao fato de que lá ele pode receber informações de auxílio e, posteriormente, na missa, rezar e fazer orações pelas pessoas que pedem. “Por que que não se pode fazer do blog um lugar para as pessoas pedirem a oração?”, pergunta ele.<sup>12</sup> O sacerdote explica que no seu diário *on-*

---

<sup>11</sup> Disponível em <http://noticias.cancaonova.com/noticia.php?id=273381>.

<sup>12</sup> Idem.



*line* as pessoas colocam o nome já que, antes de rezar a missa, ele acessa o blog, vê os *posts* e o motivo de seus pedidos para posteriormente realizar a oração desejada.

O referido padre, no entanto, aponta alguns problemas que podem ser encontrados durante a tentativa de evangelizar através da rede virtual, como o isolamento. “A evangelização entra no quarto de um adolescente, ele absorve aquilo, mas não gera link. Ou aquele indivíduo fica dentro do quarto dele com um mundo na telinha, com mil amigos, mas ele não consegue conversar com o pai que está na sala”<sup>13</sup>, diz.

Por fim, o sacerdote compara: “Como dizia o Papa João Paulo II, é uma praça. Interessante que Paulo há 2000 anos começou evangelizando na praça, que ele chamava de areópago, o lugar de encontro dos filósofos. E hoje é uma praça virtual, cada vez mais frequentada pelas pessoas, principalmente pelos jovens, que tem um domínio conatural das novas tecnologias. A igreja tem que migrar pra essa praça.”<sup>14</sup>

### **A Pós-Modernidade**

O projeto da modernidade, segundo Teixeira Coelho, “inicia-se com a distinção clara de três domínios, anteriormente imbricados num único: ciência, arte e moral, com o posterior aparecimento de outros campos autônomos, como o da lei e da política”. (2001 *apud* FERREIRA, OLIVEIRA e SOUSA, 2008, p. 3). Ou seja, a arte, anteriormente atrelada aos rígidos preceitos religiosos e morais da Igreja Católica, a partir de então vai adquirindo certa autonomia, o mesmo se aplicando à ciência e a moral. Lançado no século XVIII e firmado ao longo do XIX, o projeto da modernidade, porém, parece cristalizar-se e assumir contornos mais bem trabalhados nos primeiros anos do século XX, com o surgimento de variados movimentos artísticos renovadores e das revoluções socialistas. (Idem).

É a partir da segunda metade do século XX que o palco propício para uma crítica do projeto da modernidade começaria a ser montado. Mudanças históricas viriam a ocasionar alterações paradigmáticas no modo de se pensar a sociedade, suas instituições e manifestações culturais. Apoiados na crítica aos valores do projeto modernista, pensadores começaram a falar em pós-modernidade. (FERREIRA, OLIVEIRA e SOUSA, 2008, p. 3).

Hipermodernidade, pós-industrial, terceira fase do capitalismo, modernidade líquida, a pós-modernidade tem vários nomes, mas as ideias são basicamente as

---

<sup>13</sup> Disponível em <http://noticias.cancaonova.com/noticia.php?id=273407>.

<sup>14</sup> Idem.



mesmas: o homem não tem mais uma identidade fixa, cujo centro é a sua personalidade única (HALL, 2003, *apud* FERREIRA, OLIVEIRA e SOUSA, 2008, p. 3); a incredulidade em relação às próprias metanarrativas, como saberes únicos e totalizantes (LYOTARD, 2002, *apud* FERREIRA, OLIVEIRA e SOUSA, 2008, p. 3); e, por fim, a arte se despidendo de ideais racionalistas e sociais, procurando incorporar elementos de uma cultura popular, valorizando multiplicidade de estilos ao invés da originalidade modernista.

Por todas essas mudanças, pode-se dizer, como muitos críticos, que a pós-modernidade não é um conceito com uma definição certa, mas é inegável que há uma grande transformação, ainda em curso, muito mais rica em perguntas do que certezas, que se reflete em várias realizações artísticas, culturais e religiosas. Principalmente esta última, nosso principal objeto de estudo que, como já pode ser percebido, está realmente em constante mudança dentro e fora da igreja com a utilização massiva das Novas Tecnologias.

Segundo Azevedo, o fenômeno religioso dentro da pós-modernidade é bastante complexo. “O que se verifica como marca desse fenômeno é a diversidade, a heterogeneidade, o misticismo, o hibridismo religioso e o pragmatismo (as coisas valem enquanto funcionam).” (Disponível em <http://religare.blogs.sapo.pt/35170.html>).

### **Novas Tecnologias de Informação e Comunicação**

A cada ano surge uma nova mídia que toma conta da rede. Orkut, Facebook, Twitter, blogs, YouTube. O fato é que essas “novas” mídias estão mudando as formas de comunicação, o modo e a natureza do trabalho e até mesmo de viver. Percebendo isto, a religião começa a utilizá-las ao seu modo, trazendo-as para o seu lado, como veremos mais adiante.

As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) são as tecnologias e técnicas utilizadas para comunicar. A maioria delas agiliza o conteúdo da comunicação e a torna muitas vezes mais acessível e menos rigorosa.

As Novas Tecnologias, de acordo com Wagner Fontoura, são tecnologias e práticas on-line, usadas por pessoas (isso inclui as empresas) para disseminar conteúdo, provocando o compartilhamento de opiniões, ideias, experiências e perspectivas. Seus diversos formatos, atualmente, segundo Fontoura, podem englobar textos, imagens, áudio e vídeo. “São websites que usam tecnologias como blogs, mensageiros, podcasts, wikis, videologs, ou mashups (aplicações que combinam conteúdo de múltiplas fontes para criar uma nova aplicação), permitindo que seus usuários possam interagir





instantaneamente entre si e com o restante do mundo”. (Disponível em <http://www.boombust.com.br/a-hora-e-a-vez-das-mídias-sociais/>).

Na verdade, como explica Fontoura, a liberdade de comunicação interativa, combinada à facilidade de uso das ferramentas para fazê-lo e a uma arquitetura participativa em redes, forma a base da receita para que as plataformas de Mídias Sociais possam ser classificadas como as mais poderosas formas de mídia até hoje criadas. “Os usuários têm o controle sobre o que eles fazem on-line. O seu destino está em suas mãos; podem ser quem quiser, quando quiserem”. (Idem).

### **Ciberespaço e Cibercultura**

O termo ciberespaço foi criado pelo escritor William Gibson, no livro "Neuromancer", de 1984. “Ciberespaço é um espaço não físico ou territorial, que se compõe de um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações (sob as suas mais diversas formas) circulam...” (GIBSON, 1984 apud LEMOS, 1996). Segundo Lemos, hoje entendemos o ciberespaço à luz de duas perspectivas: como o lugar onde estamos quando entramos num ambiente virtual (realidade virtual), e como o conjunto de redes de computadores, interligadas ou não, em todo o planeta (videotextos, Internet). (Disponível em <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/estrcy1.html>).

A Internet exerce uma influência muito grande sobre o modo de pensar e sobre os comportamentos individuais ou coletivos, em especial dos mais jovens. Esse “mundo digital” possui uma cultura bem diferente da que vivenciamos no nosso dia-a-dia. Essa nova cultura, a cibercultura, possui algumas características peculiares, como por exemplo, uma linguagem própria, uma nova lógica, não mais a lógica do começo, meio e fim, mas uma lógica pós-moderna, não linear.

Nesse novo espaço não existe tempo definido, ou ao menos existe uma maior dificuldade para se definir o tempo em relação ao nosso "mundo real", em que podemos concluir que ele não é absoluto.

### **Novas Mídias Digitais**

As chamadas mídias digitais são os novos meios de comunicação obtidos através da revolução da informática do século XX. As novas mídias podem se definidas com um conjunto tecnológico que permite “entrada, elaboração, transmissão e armazenagem de novas formas de conteúdos da comunicação” (KUNCZIK, 2002, p. 208). Ou seja, as novas mídias são as tecnologias de informação dentro do ambiente do ciberespaço.



## **Nova Ambiência das Mídias Digitais e a Religião: Reflexões**

Como já foi analisado neste artigo, as novas mídias digitais estão sendo cada vez mais utilizadas pelas religiões, em especial a católica, sendo, inclusive, o tema escolhido pelo Papa para o 44º Dia Mundial das Comunicações Sociais, celebrado em maio de 2010: “O sacerdote e a pastoral no mundo digital: as novas mídias a serviço da Palavra”. Alguns estudiosos mostram certa preocupação sobre esse novo tipo de espiritualidade que está surgindo nesse processo, como Pedro Gilberto Gomes (2010), em entrevista ao site da Unisinos<sup>15</sup>. Segundo Gomes, atualmente as religiões utilizam a Internet apenas como um meio para arrebatar mais fiéis, sem fazer uma reflexão sobre que espiritualidade está surgindo nesse novo meio. Para o professor Gomes, as igrejas não estão prontas para essa nova realidade.

É justamente essa nova ambiência, com novas formas de relacionamentos, bem diferentes da tradicional, que causa preocupação em Pedro Gilberto Gomes. Ele afirma que “essa rede em que as pessoas estão interconectadas está criando novos espaços de relacionamentos, novos espaços de espiritualidade”<sup>16</sup>, fato esse que criaria um desafio para os evangelizadores. Gomes acha que “as Igrejas não estão preparadas para isso. O que elas conseguem compreender é o fato de ter uma vivência que foi fragmentada por uma série de motivos, e agora elas usam esses meios para recongregar as pessoas. Só que elas querem fazer com que as pessoas retornem ao estado que acontecia anteriormente” (Idem), ou seja, querem que as pessoas voltem a se interessar pela religião retornando, assim, aos templos religiosos. No entanto, buscamos analisar as principais peculiaridades da evangelização *on-line* para que se possa entender um pouco melhor como tudo isso funciona.

### **Características do Webjornalismo Religioso**

Algumas das características dos sites religiosos se aproximam muito das de sites jornalísticos, com exceção da customização de conteúdo, pois a maioria possui seções sobre as notícias eclesiais. Essas características são:

**Interatividade:** A interatividade nos textos jornalísticos *on-line* ocorre de várias maneiras. De acordo com Machado (1997), a não-linearidade (característica da pós-modernidade) seria uma delas, pois permite que a leitura seja feita como um “percurso

---

<sup>15</sup> Disponível em:

[http://www.ihu.unisinos.br/index.php?option=com\\_entrevistas&Itemid=29&task=entrevista&id=31031](http://www.ihu.unisinos.br/index.php?option=com_entrevistas&Itemid=29&task=entrevista&id=31031).

<sup>16</sup> Idem.



definido pelo leitor-operador, ao longo de um universo textual onde todos os elementos são dados de forma simultânea”.

Em alguns sites, como o da “Canção Nova”<sup>17</sup>, no link Liturgia, é possível escolher o que o usuário gostaria de ler. Por exemplo, apenas as leituras ou os sermões. Gomes (2010), no entanto, mostra preocupação sobre que tipo de espiritualidade está sendo criada, pois, segundo ele, “A missa tem uma dinâmica, uma lógica e um movimento que forma um conjunto. A partir do momento em que, num portal, é feita uma partição dessa missa, a pergunta é: que tipo de missa é essa?”

Além da não-linearidade, a interatividade pode se dar de várias maneiras, como, por exemplo, a troca de *e-mails* entre fiel e religioso ou por fóruns de discussão nos sites, *chats* religiosos, enquetes. Ou seja, existe não apenas uma, mas várias formas de interação, o que alguns estudiosos como Mielniczuk (2003) chamam de multi-interatividade. Praticamente todos os sites religiosos possibilitam uma ou mais dessas formas de interação.

**Hipertextualidade:** Esta característica traz a possibilidade de interligar textos através do uso de links, possibilitando ao usuário ter acesso a informações de arquivos e complementares sobre o texto que se está lendo. O link, neste caso, pode levar para outra matéria sobre o mesmo tema dentro do próprio site ou ainda para outro que trate de temas relacionados à reportagem pesquisada, entre outras várias possibilidades.

**Multimedialidade/Convergência:** É a capacidade que os sites têm de utilizar não apenas o texto escrito, mas várias outras formas de apresentação de uma informação, como áudio, vídeo, fotografias, infográficos, entre outros.

A multimídia possui alguns entraves, pois alguns usuários podem não conseguir ter acesso a esses recursos por alguma limitação de conexão com a rede ou por não ter instalado em seu computador programas reprodutores de multimídia.

Essa característica também pode ser vista em vários sites religiosos, como o da CNBB<sup>18</sup> e o da Canção Nova, que possuem uma seção especial com o nome “multimídia”, onde se encontram boletins em áudio da CNBB, vídeos, áudio e galeria de fotos.

**Instantaneidade:** É a possibilidade de acrescentar informações a qualquer momento, tornando a internet mais ágil do que os outros meios de comunicação. Para Mielniczuk

---

<sup>17</sup> Disponível em: <http://www.cancaonova.com/>.

<sup>18</sup> Disponível em <http://www.cnbb.org.br/site/>.



(2004), a instantaneidade representa uma possibilidade de ruptura com os meios tradicionais pela atualização contínua sobre os vários acontecimentos e não apenas em situações de extensões excepcionais.

Essa característica não é tão utilizada pelos sites de jornalismo religioso, visto que normalmente a religião é um assunto “frio”, ou seja, que não tem muitas novidades urgentes a serem publicadas a não ser em ocasiões especiais, como na morte ou escolha de um novo Papa, ou em festas religiosas como o Círio de Nazaré.

Mas, sites como o da CNBB e o da Canção Nova são atualizados regularmente com notícias eclesiais ou institucionais.

**Memória:** É a possibilidade de arquivar e poder acessar com mais facilidade material antigo publicado. Palácios (2002) chama esta possibilidade de acesso imediato à informação de “memória múltipla, instantânea e cumulativa”, enfatizando ainda com esta expressão o caráter “arquivista” resultante da acumulação de informação na web.

Segundo Palácios (2002), o sistema funciona através de “motores de busca (*search engines*) que permitem múltiplos cruzamentos de palavras chave e datas (indexação).” (Idem). Essas buscas mostram as informações que foram publicadas no site que se está acessando. A combinação da instantaneidade, hipertextualidade, interatividade e a capacidade ilimitada de armazenamento de informações promovem uma ruptura do webjornalismo com relação aos meios analógicos tradicionais de informação.

Analisando dois dos principais sites religiosos católicos, o da Canção Nova e o da CNBB, constatamos que eles têm arquivadas notícias desde 2002 e 2008, respectivamente.

### **Considerações Finais**

Com as inovações tecnológicas cada vez mais frequentes, a religião não poderia deixar essas questões de lado, ignorando-as. Pelo contrário. A instituição religiosa conseguiu enxergar nas novas tecnologias uma maneira de propagar com maior intensidade sua mensagem, adquirindo mais fiéis ou não, mantendo ativas e conhecidas suas ações e seus projetos.

É claro que há muitas contestações e discussões ainda em curso (e com certeza continuarão) sobre até que ponto se pode e consegue evangelizar através das novas tecnologias. Pois, apesar de muitas pessoas ligadas à religião católica concordarem com o advento das novas tecnologias aliadas à igreja e à evangelização, ainda persistem



alguns questionamentos, como o do Papa Bento XVI, que aceita e utiliza as novas tecnologias, mas adverte: “O digital separa os incluídos dos excluídos e soma-se às outras diferenças já existentes que afastam as nações. Aumentam também os perigos do controle, do relativismo intelectual e moral, que se reconhece na flexão do espírito crítico, na verdade reduzida ao jogo de opiniões, e nas múltiplas formas de degradação e humilhação da intimidade das pessoas.”<sup>19</sup>

A instituição religiosa percebeu que, hoje, no mundo fragmentado, acelerado, repleto de informações aleatórias e com a presença massiva das novas tecnologias que, entre outras coisas, permite a inserção de todo e qualquer ser humano nos debates, discussões etc., as pessoas não querem mais ficar só ouvindo e assistindo às missas. Elas querem participar, discutir, indagar, criticar, comentar, elogiar... Enfim, querem perceber e mostrar que fazem parte do mundo, expondo suas opiniões e seus questionamentos.

Na realidade, a instituição religiosa não imaginava que todo esse avanço tecnológico fosse fazer com que ela tivesse a oportunidade de construir uma nova forma de “ser/fazer Igreja”. E, como a religião utiliza as novas mídias com o objetivo de expandir a função de comunicar, conforme já havia analisado Pedro Gilberto Gomes (2004), estas ferramentas acabaram se tornando muito mais necessárias e relevantes.

### Referências Bibliográficas

- ALVES, Rubem. **O que é Religião**. São Paulo, SP: Editora Brasiliense, 1984.
- AZEVEDO, Neilton Santos. **O Fenômeno Religioso Na Pós-Modernidade**. Disponível em: <http://religare.blogs.sapo.pt/35170.html>. Acesso em 22 maio 2010.
- BOGO, Kellen Cristina. **A História da Internet – Como Tudo Começou...** Disponível em: <http://kplus.cosmo.com.br/materia.asp?co=11&rv=Vivencia>. Acesso em 22 maio 2010.
- Burity, J. **Mídia e religião: os espectros continuam a rondar...** Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/2005/05/14.shtml>. Acesso em 11 abr 2010.
- CELAM. **Comunicação: missão e desafio**. São Paulo: Paulinas, 1988.
- FERREIRA, Fabrício; OLIVEIRA, Enderson; SOUSA, Thamiris. **O Sujeito e o Sonho na Era da Fragmentação: Clube da Luta e Pós-Modernidade**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1747-1.pdf>. Acesso em 13 maio 2010.
- FONTOURA, Wagner. **A hora e a vez das Mídias Sociais**. Disponível em: <http://www.boombust.com.br/a-hora-e-a-vez-das-midias-sociais/>. Acesso em 13 maio 2010.
- GOMES, Pedro Gilberto. **Espiritualidade na Internet: o surgimento de uma nova religião? Disponível em:**

---

<sup>19</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/04/papa-encoraja-a-igreja-a-usar-internet-mas-adverte-perigos.html>.



[http://www.ihu.unisinos.br/index.php?option=com\\_entrevistas&Itemid=29&task=entrevista&id=31031](http://www.ihu.unisinos.br/index.php?option=com_entrevistas&Itemid=29&task=entrevista&id=31031). Acesso em 03 jun 2010.

\_\_\_\_\_. **Tópicos de Teoria da Comunicação**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2004.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 12ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**. São Paulo: Edusp, 2002.

LEMOS, André. **As estruturas antropológicas do cyberspaço**. Bahia: UFBA, 1996. Disponível em: <http://facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/estrcy1.html>. **Textos de Cultura e Comunicação**, n. 35, Facom/Ufba, julho 1996. Acesso em 22 maio 2010.

MAGNABOSCO, Gislaine Gracia. **Hipertexto: algumas considerações**. Disponível em: [http://www.ple.uem.br/3celli\\_anais/trabalhos/estudos\\_linguisticos/pfd\\_linguisticos/031.pdf](http://www.ple.uem.br/3celli_anais/trabalhos/estudos_linguisticos/pfd_linguisticos/031.pdf) In: **CELLI – COLÓQUIO DE ESTUDOS LINGÜÍSTICOS E LITERÁRIOS**, 3, 2007, Maringá. Anais... Maringá, 2009, p. 1389- 1398.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-do-formato-da-noticia-na-escrita-hipertextual>. Tese de doutorado – Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2003. Acesso em 22 maio 2010.

MIELNICZUK, Luciana. **Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17332/1/R0816-1.pdf>. Trabalho apresentado no XXVII Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom. Porto Alegre, 2004. Acesso em 22 maio 2010.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha\\_palacios.doc](http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha_palacios.doc). Trabalho apresentado nas Jornadas de Jornalismo Online, na Universidade da Beira Interior. Portugal, 2002. Acesso em 22 maio 2010.

TEIXEIRA, Marcos Alessandro. **Estratégia de Implantação de E-Commerce no Varejo**. Disponível em: [http://www.fap.com.br/cursos/administracao/arquivos/tcc/TCC\\_Delivery\\_Super\\_Mais.pdf](http://www.fap.com.br/cursos/administracao/arquivos/tcc/TCC_Delivery_Super_Mais.pdf).

Estudo de Caso. Faculdade de Apucarana. Apucarana, Paraná, 2006. Acesso em 22 maio 2010.