

DOI: <https://doi.org/10.13037/ci.vol21n47.7261>

A centralidade da mídia para a vivência da fé católica em tempo de pandemia: dispositivos que propiciam reconexões

The centrality of the media for the experience of the catholic faith in a time of pandemic: devices that provide reconnections

Cezar Macedo Barros^a

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4224-9181>

Maria do Socorro Furtado Veloso^b

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4515-0737>

Submetido em: 21/08/2020. Aceito em: 23/09/2020.

Resumo

Este estudo reflete sobre práticas de comunicação midiática desenvolvidas pela Igreja Católica durante a pandemia do coronavírus, documentando iniciativas que visam à reconexão da instituição Igreja com seus adeptos. Busca compreender como se constitui a centralidade da mídia no catolicismo, no contexto contemporâneo. Reforça também o modo como se apresenta teoricamente a mediação e mediatização do fenômeno religioso católico (MARTINO, 2016; SBARDELOTTO, 2012; 2018), a partir da incorporação de dispositivos (AGAMBEN, 2005) na produção de conteúdo simbólico necessário à vivência da religiosidade católica.

Palavras-chave: Estudos da mídia. Comunicação católica. Pandemia.

Abstract

This study reflects on media communication practices developed by the Catholic Church during the coronavirus pandemic, documenting initiatives aimed at reconnecting the Church institution with its supporters. It seeks to understand how the centrality of the media in Catholicism is constituted, in the contemporary context. It also reinforces the way in which the mediation and mediatization of the Catholic religious phenomenon is theoretically presented (MARTINO, 2016; SBARDELOTTO, 2012; 2018), based on the incorporation of devices (AGAMBEN, 2005) in the production of symbolic content necessary for the experience of Catholic religiosity.

Keywords: Media studies. Catholic communication. Pandemic.

^a Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil. E-mail: cezarbarros13@gmail.com

^b Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil. E-mail: socorroveloso@uol.com.br

1 Introdução

Vaticano, 27 de março de 2020: a imagem do Papa Francisco caminhando solitariamente pela Praça de São Pedro para conceder, de forma extraordinária, a bênção *urbi et orbi*^c, repercutiu em todo o mundo. A bênção é dada pelo Pontífice apenas em duas ocasiões, durante o ano: Natal e Páscoa. Sintomática do necessário distanciamento social imposto como estratégia para minimizar a disseminação do novo coronavírus – cuja infecção é nominada de Covid-19 e provocou uma crise pandêmica no ano de 2020 –, o tratamento midiático do gesto papal foi uma das evidências de como a Igreja Católica tem procurado novas formas de se conectar com os devotos por meio de diferentes estratégias comunicacionais.

A pandemia impôs medidas restritivas de circulação e aglomeração de pessoas como principal recurso para evitar a contaminação pelo vírus. Atendendo às recomendações das autoridades de saúde, a Igreja Católica restringiu a participação presencial dos fiéis nas celebrações religiosas como forma de prevenção, de acordo com a situação epidemiológica da doença Covid-19 em cada localidade. Formas alternativas de vivência coletiva da religiosidade foram adotadas durante o período de distanciamento social, especialmente a partir dos meios de comunicação disponíveis. Emissoras de rádio e TV, e páginas em redes sociais virtuais têm servido como templos virtuais para que os católicos possam acompanhar os ritos litúrgicos.

No Brasil, um significativo número de veículos de comunicação está ligado, de algum modo, a estruturas da Igreja Católica, possibilitando a transmissão desses ritos. A Rede Católica de Rádio (RCR) e outras sete geradoras distribuem conteúdo para mais de mil emissoras e realizam transmissão em cadeia, com aproximadamente 430 rádios em todo o país. Entre as geradoras estão as regionais da RCR do Paraná e do Espírito Santo, além das redes Canção Nova, Evangelizar é Preciso, Imaculada de Comunicação, Pai Eterno, Scalabriniana e Tua Rádio (REDE CATÓLICA DE RÁDIO, 2020). Em relação ao meio televisão, há nove emissoras de inspiração católica que são geradoras de conteúdo em território brasileiro. São elas: Século 21, Sistema Canção Nova de Comunicação, Aparecida, Horizonte, Nazaré, Imaculada Conceição, Rede Vida de Televisão, Evangelizar e Pai Eterno (SIGNIS BRASIL, 2020).

^c Expressão em latim que significa “para a cidade e para o mundo”.

Antes do aparecimento desses veículos, porém, emissoras de natureza secular, sem vinculação com a Igreja, também incorporaram os ritos religiosos em suas programações. Martino relata que as religiões divulgam suas mensagens nos meios eletrônicos desde que esses começaram a surgir e se popularizar:

As primeiras tentativas de uso das mídias para a transmissão de mensagens religiosas aconteceram na primeira metade do século XX, quando o padre católico James Coughlin estreou, nos anos 1930, um programa religioso nos Estados Unidos. [...] Na mesma época, a BBC, na Inglaterra, passou a transmitir pelo rádio as orações matinais anglicanas diretamente da Abadia de Westminster, em Londres – aos domingos, a missa completa – um exemplo de “mediação” da religião. (MARTINO, 2016, p. 39-40).

No Brasil, a experiência mais conhecida de mediação televisiva de ritos católicos é a *Santa Missa com Padre Marcelo*, veiculada aos domingos. A Rede Globo, em 1968, “herdou da extinta TV Excelsior o programa *Santa missa em seu lar*, que era apresentado naquela emissora desde 1963. A Globo manteve a veiculação nacional das celebrações do Rio de Janeiro até 2001”, relata Souza (2008, p. 28). O autor acrescenta que as missas passaram ser presididas pelo padre Marcelo Rossi em São Paulo e a versão original do programa foi mantida na programação local do Rio de Janeiro, por pressão do então cardeal Dom Eugênio de Araújo Sales (1920-2012), até março de 2008.

O que se realizava inicialmente a partir dos grandes veículos passou a ser executado pelos leigos da Igreja nas comunidades, antes mesmo da pandemia, por meio de canais de tevê criados na internet – as chamadas “webtv”. Assim, fiéis católicos utilizam tecnologias de comunicação e mídias sociais para transmitir missas, ritos devocionais, grupos de oração e outras ações, possibilitando o acompanhamento desses eventos por pessoas que não têm condições de ir ao local do acontecimento^d.

Considerando que na fase mais aguda do distanciamento social os fiéis foram impedidos de participar presencialmente dos ritos católicos, constatamos que as mídias acabaram por assumir uma posição central na vivência da religiosidade. Essa centralidade é o tema deste artigo, que objetiva refletir sobre como dispositivos midiáticos propiciam aos católicos vivenciarem sua religiosidade, (re)conectando-se com suas comunidades de fé. Para tanto, recorreremos a reflexões teóricas acerca do fenômeno religioso midiaticizado e sobre a

^d Embora seja difícil precisar historicamente o surgimento de experiências de transmissão simultânea de celebrações pela internet, estima-se que as primeiras experiências tenham ocorrido entre o final da primeira e início da segunda década deste século. Mas a disponibilização do recurso de transmissão ao vivo (*lives*) em plataformas de mídias sociais, como YouTube, Facebook e Instagram, notadamente nos últimos cinco anos, popularizou a atividade, considerada indispensável no atual contexto.

relação da Igreja Católica com as tecnologias de comunicação, bem como documentamos iniciativas criativas e inovadoras para a vivência da fé, assumidas por representações da Igreja no Brasil, na Arquidiocese de Natal (RN) e em suas paróquias, durante o período da pandemia. Esta análise é desdobramento de pesquisa de doutoramento realizada no âmbito do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, que visa sistematizar e analisar processos midiáticos desenvolvidos pela Rede de Comunicadores da citada arquidiocese (Recan).

Este artigo contempla experiências midiáticas consideradas inovadoras, e que almejam superar obstáculos impostos pelo distanciamento social, intervindo nas condições advindas desse momento histórico.

2 A mídia e o catolicismo

De acordo com Martino (2016, p. 71), a relação entre mídia e religião “pode ser encontrada em muitas culturas, épocas e tradições distintas. Isso está ligado às próprias características da religião entendida como ‘meio’ e, ao mesmo tempo, como ‘mediação’, isto é, como parte, em si, de um processo comunicacional”. Ao mesmo tempo, os meios de comunicação têm se apropriado de elementos e temas religiosos e as instituições religiosas têm feito uso da mídia, de seus códigos e linguagens, incorporando-as como parte de suas práticas.

Compreendendo o potencial da mídia para difusão de mensagens e fortalecimento de vínculos, as religiões passaram a explorá-la para finalidades diversas, com ações que variam de uma denominação religiosa para outra. Empiricamente, nota-se que a religião católica tem feito uso da comunicação midiática para fins convergentes: ampliar o alcance da mensagem do Evangelho, difundir o pensamento da Igreja, estabelecer vínculos com as pessoas que aderem à fé cristã-católica, relacionar-se com a sociedade em geral, divulgar as ações e eventos que realiza, transmitir celebrações e incorporar dispositivos midiáticos em templos religiosos, bem como aproveitar o potencial dos meios para o alcance de outros objetivos de comunicação.

Marques de Melo (1985) e Puntel (2011), ao historiar o modo como a Igreja se aproximou da comunicação midiática, tomando por base suas práticas e documentos eclesiais sobre o tema, classificaram essa relação em fases que passam por censura e repressão, aceitação desconfiada, deslumbramento ingênuo e reviravolta. A noção que a Igreja tem do

que venha a ser a comunicação ou a mídia é importante para compreender o que motivou seu comportamento nessas fases.

O percurso que levou a Igreja Católica a aderir aos meios de comunicação foi lento. Por muito tempo, os documentos normativos da instituição sobre o tema tratavam a mídia com certa cautela e às vezes como inimiga. Os apanhados históricos feitos por Soares (1988) e Puntel (2010) indicam recomendações da Igreja no sentido de afastar seus fiéis da imprensa secular, por entender que muitos produtos midiáticos feriam valores morais defendidos pela instituição e também por acreditar que, muitas vezes, veículos de comunicação estiveram associados a grupos de poder que teriam o propósito de ameaçar a soberania clerical. A própria censura que se fazia a livros durante a Idade Média indicia esse tipo de prática por parte de líderes religiosos.

O posicionamento da Igreja sobre o tema foi amadurecendo com o tempo até que, durante o Concílio Vaticano II, ocorrido na década de 1960, tem-se uma maior abertura à comunicação, com a publicação do decreto *Inter Mirifica*. O documento foi um dos primeiros a ser aprovado no Concílio - considerado uma das grandes realizações do século 20 para a Igreja Católica.

O decreto é a primeira orientação formal do Vaticano para padres e leigos acerca dos meios de comunicação. Uma das preocupações dos autores do documento é enfatizar que a Igreja e os fiéis que a constituem devem pregar o Evangelho para salvar a humanidade, destacando a necessidade de se utilizar os meios de comunicação social a fim de atingir esse propósito. As mídias passaram a ser incorporadas de modo mais efetivo às práticas do catolicismo, com a edição de documentos que orientam no sentido de formar os católicos para utilização das tecnologias comunicacionais.

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 (e aqui está a novidade!) não mais de forma restrita ou somente como “meios” ou “instrumentos” (isolados) a serem usados ou dos quais precaver-se. Mas ela refere-se a como relacionar-se num “ambiente” no qual estamos imersos e do qual participamos. Trata-se de uma cultura, a cultura midiática. (PUNTEL, 2011, p. 232, ênfase da autora).

Para além dos documentos editados pela Santa Sé, é necessário refletir sobre a mediação e a midiaticização do fenômeno religioso, cada vez mais evidentes com as possibilidades de reinvenção e vivência da fé no ambiente virtual. Segundo Martino (2016, p. 67), a “circulação da mensagem religiosa, no ambiente das mídias, deve ser ligada às mediações presentes na sociedade”. Significa pensar que o uso dos meios de comunicação

pelas religiões “altera tanto as práticas religiosas quanto as questões internas das igrejas e dos fiéis” (MARTINO, 2016, p. 67).

A partir do processo contínuo de mediação da sociedade, “passam a surgir novas modalidades de experiência da fé, embebidas em lógicas midiáticas a partir do deslocamento das práticas religiosas para a ambiência comunicacional da internet” (SBARDELOTTO, 2012, p. 2). Essa mediação “pode ser entendida como um metaprocessamento comunicacional que nos ajuda a entender a sociedade contemporânea, a partir da transformação social que se desencadeia por meio de processos midiáticos” (SBARDELOTTO, 2012, p. 3). As relações e práticas sociais religiosas que ocorrem no ambiente virtual complexificam o ato religioso.

Em texto mais recente, Sbardelotto (2018) ressalta que as religiosidades se concretizam sob outras formas a partir da digitalização, de modo que algumas dessas se mobilizam para o ambiente virtual seguindo lógicas midiáticas, porque “na internet e nas mídias digitais, a sociedade como um todo reconstrói comunicacional, social e publicamente a matriz original das mensagens religiosas” (SBARDELOTTO, 2018, p. 4).

As tecnologias que circulam na internet permitem novas possibilidades de relações que marcam a sociedade e, por conseguinte, as instituições religiosas. Também é importante destacar que a vivência da religiosidade no âmbito virtual concede um grau de autonomia e liberdade à prática, uma vez que esta não se subordina a atos vigilantes, como pode acontecer na prática religiosa comunitária presencial. O ambiente virtualizado propicia também as reconexões:

Em redes comunicacionais, o fenômeno religioso se manifesta não apenas como ações de religação (religare) entre o humano e o divino, mas principalmente de reconexão entre o humano, o social, o tecnológico, o simbólico, o divino: a reconexão comunicacional passa a complexificar o papel da religião no sentido de conectar comunicacionalmente em âmbito social aquilo que não se conecta em âmbito religioso, bem como de reconectar, simbolicamente, aquilo que, na realidade, está (ou, segundo as instituições e autoridades religiosas, deveria estar) desconectado (SBARDELOTTO, 2018, p. 11).

O aparato tecnológico dessa reconexão está relacionado aos dispositivos midiáticos que a possibilitam. Pode ser considerado dispositivo “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos” (AGAMBEN, 2005, p. 13). Todo dispositivo implica um processo de subjetivação, sem o qual não pode funcionar como tal.

Aqui se defende que, no contexto da pandemia resultante da disseminação do novo coronavírus, a Igreja Católica e suas comunidades incorporaram, de forma mais intensa, os dispositivos midiáticos que possibilitam a reconexão com os fiéis. Ao aderir à maciça transmissão de celebrações e realização de eventos virtuais, com utilização de símbolos, é possível reunir aspectos humanos, sociais, tecnológicos, simbólicos e divinos, produzindo sentido para os que se sentem parte dessas ações. A seguir, passamos a documentar algumas práticas utilizadas pela Igreja Católica, tanto a partir do Vaticano, quanto no Brasil e na Arquidiocese de Natal, que exemplificam como dispositivos midiáticos possibilitam a reconexão dos católicos com a instituição e seus ritos.

3 Experiências midiáticas de vivência da religiosidade católica durante a pandemia da Covid-19

A pesquisadora Joana Puntel constata que “chegou o momento de adquirir mais profundamente a cultura e a linguagem dos mídia. Portanto, a novidade dos últimos documentos da Igreja consiste em compreender os mídia como uma *cultura* dos nossos tempos” (PUNTEL, 2011, p. 233-234, ênfase da autora). De acordo com a pesquisadora, a cultura midiática requer, da religião, integração e diálogo efetivo entre comunicação e evangelização.

Essa integração representa, em nosso entendimento, um passo importante para a transformação das relações entre Igreja e mídias, e que se aplica à opção encontrada pela instituição para se reconectar com seus fiéis durante o período de isolamento social, necessário ao enfrentamento do vírus causador da doença Covid-19. Passamos, então, a registrar e refletir sobre algumas práticas na Igreja Católica para a manutenção dos ritos religiosos durante a pandemia do novo coronavírus.

É importante registrar que a Covid-19 foi identificada pela primeira vez no dia 1º de dezembro de 2019, na província de Wuhan, na China, e designada com esse nome em 11 de fevereiro de 2020, pela Organização Mundial de Saúde (OMS). No dia 11 de março, a observação do surto da doença em todos os continentes fez a OMS declarar situação de pandemia. Vejamos, portanto, como a Igreja Católica agiu em relação à doença. Em seguida, observaremos experiências midiáticas adotadas como alternativa para a vivência da religiosidade.

3.1 Medidas preventivas adotadas pela Igreja Católica

O Vaticano, a partir das orientações do governo italiano, passou a estudar medidas de distanciamento social para evitar a propagação do novo coronavírus. No dia 15 de março de 2020, o Papa Francisco anunciou que as celebrações da Semana Santa – previstas para acontecerem entre 5 e 12 de abril de 2020 – seriam realizadas sem a presença de fiéis na Praça de São Pedro^e, em Roma. No dia 27 de março, o Papa procedeu à bênção *urbi et orbi*, citada na introdução deste artigo, suplicando pela redução dos danos decorrentes da pandemia.

O primeiro caso de Covid-19 no Brasil foi oficialmente confirmado no dia 26 de fevereiro de 2020. Em seguida, dioceses passaram a divulgar orientações para a adoção de práticas que minimizassem os riscos de contaminação pelo novo coronavírus durante as celebrações, como a suspensão do tradicional “abraço da paz”. Também foi suprimida a entrega da hóstia eucarística diretamente na boca dos fiéis, bem como houve pedidos para que se evitasse dar as mãos por ocasião da oração do Pai-Nosso, entre outras medidas de higienização orientadas pelas autoridades sanitárias e de saúde.

No Brasil, após recomendação do Ministério da Saúde, de 13 de março de 2020, para o cancelamento de eventos com concentrações próximas de pessoas ou a realização destes sem público, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) informou que cada diocese deveria avaliar a realidade do surto epidêmico local e adotar medidas para evitar a disseminação do vírus causador da doença^f.

No dia seguinte, a presidência da CNBB emitiu a nota intitulada “Tempos de esperança e solidariedade”, reforçando a importância de adesão aos comportamentos preventivos, a despeito das restrições que, de acordo com o texto, “mexem com o jeito dos católicos conviverem e celebrarem” (CNBB, 2020)^g. As missas e celebrações que contavam com a participação de fiéis começaram a ter a presença destes restringida pelas respectivas dioceses nos dias seguintes.

^e Disponível em <https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2020-03/coronavirus-medidas-cautelares-vaticano.html>. Acesso em 01 jun. 2020.

^f Disponível em <https://www.cnbb.org.br/em-sintonia-com-orientacoes-medico-sanitarias-cnbb-reforca-praticas-para-evitar-avanco-do-coronavirus/>. Acesso em 01 jun. 2020.

^g Íntegra da nota disponível em <https://www.cnbb.org.br/cnbb-emite-mensagem-na-qual-pede-observacao-irrestrita-as-orientacoes-medico-sanitarias/>. Acesso em 01 jun. 2020.

3.2 A utilização da mídia pela Igreja em período de pandemia

A mídia passa a ser oficialmente citada pela CNBB no convite para que os católicos de todo o país participassem juntos do Terço da Esperança e da Solidariedade, que foi rezado no dia 18 de março de 2020 e “transmitido em todas as televisões de inspiração católica do país, emissoras de rádio, pela página da Conferência no Facebook e no Youtube” (CNBB, 2020)^h. A transmissão do terço se repete periodicamente ao longo do período de pandemia.

A partir de então, outras iniciativas midiáticas surgiram em todo o Brasil para permitir que os católicos, de suas casas, pudessem participar simbolicamente das celebrações, as quais passaram a ser transmitidas por canais diversos de comunicação, tais como TV, rádio e redes sociais virtuais ligadas às dioceses e paróquias. A seguir, listamos algumas das iniciativas mapeadas para este estudo.

A primeira que identificamos teve lugar na Arquidiocese de Goiânia (GO), que criou uma campanha para incentivar os fiéis a aprenderem o cumprimento “Deus conosco”, na Língua Brasileira de Sinais (Libras). Houve recomendação para que produzissem e divulgassem vídeos desse gesto na internet, com a utilização das hashtags #EuFicoEmCasa #DeusConosco #rezemosjuntos #juntoscontraocoronavirusⁱ. Essa iniciativa utiliza recursos próprios das plataformas virtuais, potencializando a circulação reticular da produção e propiciando a inclusão das pessoas com deficiência auditiva.

A Diocese de Jundiá (SP) elaborou uma lista com dez orientações para pessoas interessadas em acompanhar as celebrações religiosas pelos meios de comunicação. As orientações seguem princípios da vivência das missas de forma presencial, incluindo a organização do espaço doméstico para a celebração, como toalha sobre uma mesa, vela, crucifixo e Bíblia aberta, que atuam como dispositivos auxiliares na conexão das pessoas com a sua comunidade, com a celebração transmitida e os sentidos que dela advêm.

Prática comum em grande parte dos templos católicos é o pedido para que fiéis enviem fotos de suas famílias, que são impressas e fixadas nos bancos das igrejas. Durante a transmissão da missa, são exibidas imagens dos bancos com as fotografias. Uma das primeiras experiências desse tipo no Brasil foi realizada pelo padre Reginaldo Manzotti, no Santuário de Nossa Senhora de Guadalupe e Jesus das Santas Chagas, em Curitiba (PR). O sacerdote pediu o envio dessas fotos durante o programa de rádio *Experiência de Deus*,

^h Disponível em <https://www.cnbb.org.br/cnbb-oracao-terco-coronavirus-covid-19/>. Acesso em 01 jun. 2020.

ⁱ Disponível em <https://www.cnbb.org.br/dioceses-brasileiras-tem-apostado-nas-redes-sociais-para-estar-em-comunhao-com-os-fieis/>. Acesso em 01 jun. 2020.

apresentado diariamente na rede Evangelizar é Preciso e retransmitido para mais de mil emissoras brasileiras. Em poucas horas, ele recebeu mais de dez mil fotos de pessoas de todo o país. A prática foi inspirada em ação similar desenvolvida por um padre italiano^j.

Outra iniciativa que procurou aproximar a Igreja Católica dos fieis foi um clipe, criado por frades franciscanos no estado de Pernambuco, que elaboraram uma paródia ao hino do Galo da Madrugada, bloco tradicional do carnaval pernambucano, com pedido para que as pessoas fiquem em casa durante o período da pandemia da Covid-19. No vídeo, os religiosos aparecem com suas vestes habituais de cor marrom, ao passo que dançam e entoam a canção^k.

Em Natal, no Rio Grande do Norte, a área pastoral de Nossa Senhora dos Impossíveis, localizada no Conjunto Cidade Satélite, zona sul da cidade, realizou um evento denominado Tarde Oracional da Misericórdia, no dia 19 de abril de 2020, no estacionamento do estádio Arena das Dunas. A celebração se deu em formato *drive-in*, de modo que as pessoas participaram de dentro dos próprios carros. Para tanto, houve cadastramento antecipado, com a distribuição de 500 adesivos a serem fixados nos veículos, o que permitiu o acesso ao local. Além disso, houve transmissão pela rádio 91 FM Natal (91,9 MHz), emissora cuja concessão é administrada pela Arquidiocese de Natal, e por páginas no Youtube e no Instagram^l.

A imagem de Santa Rita de Cássia, localizada no município de Santa Cruz, no interior do Rio Grande do Norte, considerada a maior estátua religiosa do mundo, recebeu uma máscara feita de tecido, para simbolizar os cuidados de prevenção ao novo coronavírus. O item foi adicionado à imagem em 21 de maio de 2020, véspera do dia em que a Igreja Católica homenageia a santa. A tradicional festa de Santa Rita de Cássia, em Santa Cruz, costuma mobilizar cerca de 50 mil peregrinos. Em virtude da pandemia, as celebrações ocorreram exclusivamente pela internet, por meio das páginas virtuais da Paróquia de Santa Rita de Cássia. Por se tratar do monumento católico mais alto do país, o acontecimento repercutiu nacionalmente^m.

^j Disponível em <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/03/21/padre-celebra-missa-com-fotos-dos-fieis-nos-bancos-para-nao-se-sentir-so.htm>. Acesso em 01 jun. 2020.

^k Disponível em <http://cnbbne2.org.br/covid-19-frades-franciscanos-criam-parodia-e-lancam-o-clipe-por-favor-fica-em-casa/>. Acesso em 01 jun. 2020.

^l Disponível em <https://arquidiocesedenatal.org.br/fieis-terao-tarde-oracional-da-misericordia-em-estilo-drive-in.html>. Acesso em 01 jun. 2020.

^m Disponível em <https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2020-05/santa-rita-de-cassia-estatu-a-com-mascara-coronavirus-rn-brasil.html>. Acesso em 01 jul. 2020.

Imagem 1 - Estátua de Santa Rita de Cássia recebe máscara de proteção



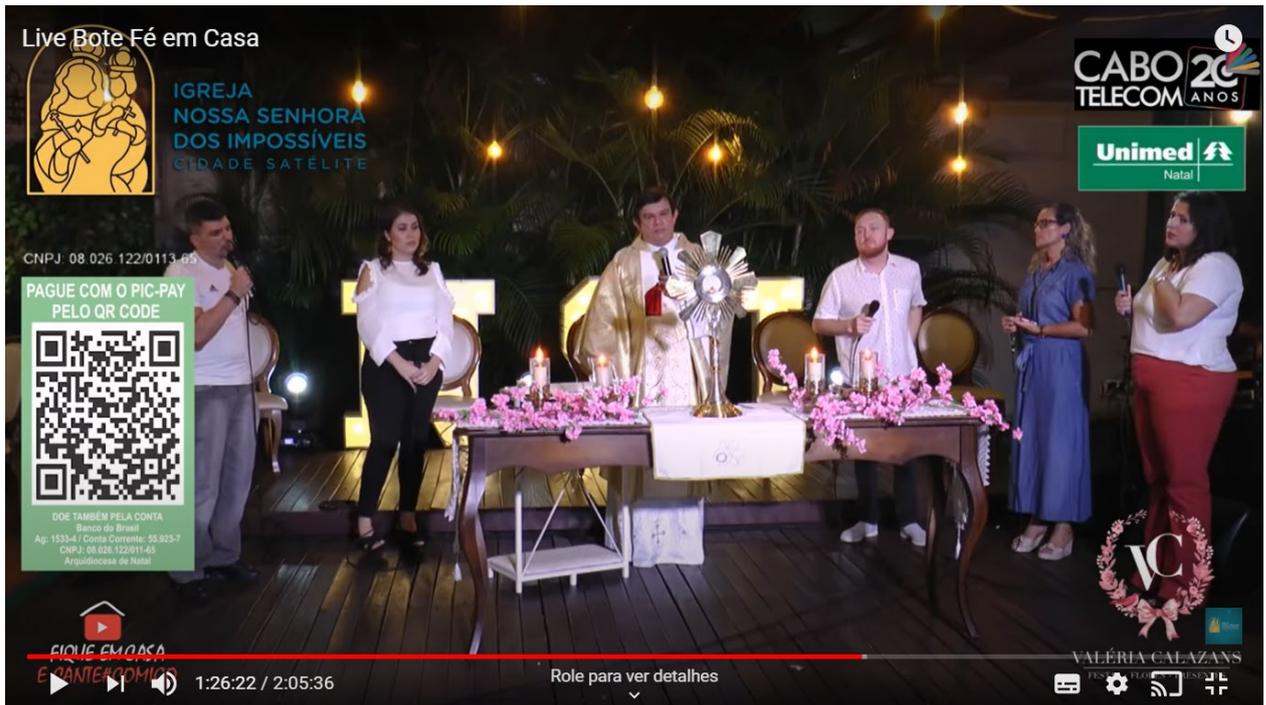
Fotógrafo: Wallace Azevedo (foto cedida aos autores)

Outra prática comum é a transmissão de shows pela internet, com a presença de músicos ligados à Igreja Católica. Também em Natal, a área pastoral de Nossa Senhora dos Impossíveis, realizou, no dia 12 de maio de 2020, um evento intitulado *Live bote fé em casa*, com shows de artistas católicos locais e orações mediadas pelo administrador, padre Carlos Sávio Ribeiroⁿ. Na plataforma de transmissão é possível perceber interação dos fiéis, com pedidos de oração e respostas aos momentos de celebração, o que evidencia a utilização dos recursos possibilitados pelo dispositivo e pela plataforma para conexão entre a Igreja e o público do show.

Como se percebe na captura de tela a seguir, o ambiente se assemelha ao altar de uma igreja, com utilização de toalha, velas, flores e objetos litúrgicos. Além disso, a imagem permite identificar formas de arrecadação de recursos, como patrocínios de empresas, informações de contas bancárias para doação e link para plataformas de pagamento por meio da utilização de QR code.

ⁿ A expressão *Bote Fé* faz referência a uma série de eventos em preparação para a Jornada Mundial da Juventude, realizada no Brasil em 2013. Na capital do Rio Grande do Norte ocorreu um show com a participação de vários artistas católicos nacionalmente famosos, que culminou com a gravação de um DVD.

Imagem 2 - Captura de tela do evento “Live bote fé em casa”



Fonte: Reprodução de imagem do canal da Igreja Nossa Senhora dos Impossíveis, no YouTube (Natal-RN)

3.3 A Igreja e o papel da mídia na orientação dos fiéis durante a pandemia

Iniciativas como essas somam-se a outras adotadas por líderes e grupos católicos. Pela televisão, padres celebram missas e concedem bênçãos com máscaras de proteção, ao mesmo tempo em que pedem orações pelas pessoas que estão na linha de frente de combate ao novo coronavírus, como os profissionais de saúde. Ressalte-se também o apoio a campanhas de solidariedade que visam a arrecadar donativos, alimentos, produtos de higiene, dinheiro e outros itens para serem repassados a grupos populacionais mais vulneráveis, assistidos pelas ações pastorais sociais capitaneadas por setores da Igreja Católica, mantidas em tempo de pandemia.

A transmissão de uma missa em áudio e vídeo pela internet ou por uma emissora de rádio ou televisão requer o domínio de linguagens próprias da mídia e das tecnologias utilizadas. Enquanto essas habilidades parecem muito comuns à parte dos representantes e líderes da Igreja Católica, a exemplo dos “padres midiáticos”, essa não é a realidade de muitos outros sacerdotes, que precisam aprender a utilizar recursos audiovisuais, bem como o modo de se comunicar com quem não acompanha a celebração presencialmente.

Exemplo é um vídeo feito pelo padre Luiz Cesar Moraes, de Itajubá, em Minas Gerais, que viralizou na internet. Ao transmitir a oração do meio-dia em seu perfil no Facebook, no dia 29 de março, o sacerdote acabou, de forma involuntária, a aplicar efeitos de edição sobre o vídeo que era transmitido. Os efeitos incluíam a face de um lobo, um chapéu e óculos escuros, e uma corrente no pescoço. O padre explicou que não teve intenção de aplicar os efeitos e esclareceu, em outra postagem, que é amador no trato de vídeos, além de levar sua atuação sacerdotal a sério. E chegou a pedir que a imagem não fosse utilizada para difamá-lo^o. Até o dia 1º de junho, o vídeo obteve mais de 812 mil visualizações, mais de 54 mil reações e 25,5 mil compartilhamentos.

Em seu perfil pessoal no Facebook, o religioso continua transmitindo missas, que celebra diretamente de casa. Todos os ritos, incluindo os cânticos, são conduzidos por ele. É possível perceber que o próprio padre inicia a transmissão pelo aparelho e se dirige ao ambiente preparado para a celebração. Ao final da missa, volta ao dispositivo para encerrar a transmissão. O sacerdote é seguido por mais de 30 mil pessoas na referida rede social.

Nos primeiros meses da pandemia, a transmissão de celebrações resultou em crescimento de audiência para os veículos ligados à Igreja Católica. A TV Aparecida, uma das emissoras de televisão de inspiração católica no Brasil que faz geração de conteúdo, obteve o segundo lugar no ranking de audiências das TVs abertas na Grande São Paulo, durante transmissão de uma missa no dia 3 de maio de 2020, com pico de 1,85 ponto entre 8h27 e 9h, superando emissoras que ocupam essa colocação regularmente, como Rede Record e Band. O balanço aponta que mais de 176 mil pessoas assistiram à celebração na praça paulista^p.

A CNBB também orientou os católicos para cuidados acerca da disseminação de informações falsas sobre a doença Covid-19, porque “causam a desinformação e ajudam a criar um clima de pânico na população que está sendo obrigada a viver de quarentena” (CNBB, 2020, texto não paginado)^q. Essa recomendação é ancorada em fala do presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, Dom Joaquim Giovani Mol. A demonstração de cuidado com informações inverídicas está ligada a um aumento da atenção para conteúdos veiculados nas mídias e que acaba por ser compartilhado em rede, a partir das relações pessoais dos católicos. Essa atitude simboliza

^o Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/03/31/padre-faz-transmissao-de-bencao-on-line-e-vira-meme-com-filtros-divertidos-acionei-sem-querer.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2020.

^p Disponível em <https://www.a12.com/tv/tv-aparecida-garante-o-segundo-lugar-na-audiencia-do-fim-de-semana>. Acesso em 01. jul. 2020.

^q Disponível em <https://www.cnbb.org.br/o-papel-dos-cristaos-no-combate-as-informacoes-falsas-sobre-o-coronavirus/>. Acesso em 20 jul. 2020.

um movimento de atenção da liderança religiosa com seus fiéis, possibilitando a estes se sentirem reconectados à Igreja.

Esses exemplos demonstram que a comunicação midiática tem sido não apenas aliada, mas uma demanda fundamental da Igreja que foi reiterada e aprofundada no contexto da pandemia. Ao participar de um programa televisivo, o presidente da CNBB, Dom Walmor Oliveira de Azevedo, ressaltou aspectos de sua gestão à frente da Igreja no Brasil, que se demonstraram indispensáveis no período:

[...] eixos importantes para nos preocupar, investir e nos deixar de ser interpelados: a comunicação estratégica e abrir-se aos diálogos. E quando então chegou a pandemia nós fomos empurrados numa velocidade incalculável, impensada e inesperada na direção de valorizar mais, ousar mais aquilo que nós temos no *âmbito digital da comunicação* e, por isso estamos, de fato, inaugurando um tempo novo, uma mentalidade e modos de usar plataformas e ferramentas, o uso do tempo, objetividade. (CNBB, 2020, ênfase nossa)^r

Reconhecer a necessidade de pensar novas estratégias de comunicação pautadas no ambiente digital evidencia o movimento permanente da Igreja de buscar se aproximar de seu público. Tal reconhecimento implica na reflexão acerca dos modos de utilização das mídias pelos católicos em suas práticas sociais (religiosas ou não) e de como é possível superar distâncias antes impostas por distintas razões e em distintos contextos históricos.

4 Considerações finais

A pandemia do novo coronavírus impôs mudança de hábitos e práticas às pessoas e, para isso, os dispositivos tecnológicos são cada vez mais necessários. Por meio dos *smartphones*, televisores com acesso à internet, computadores e similares foi possível acessar conteúdos e estabelecer vínculos com familiares, amigos e parceiros de trabalho durante o isolamento social. Por essa razão, conteúdos simbólicos antes disseminados de forma presencial precisaram ser adaptados a uma nova realidade, que requer mudanças de técnica e linguagem por parte de seus produtores.

Essa transformação foi necessária também para a Igreja Católica, como procuramos demonstrar neste estudo, a partir de reflexões de natureza teórica e do levantamento de iniciativas adotadas pela instituição desde a disseminação da Covid-19. Se a Igreja não

^r Disponível em <https://www.cnbb.org.br/presidencia-da-cnbb-participou-do-aparecida-debate-para-falar-do-novo-jeito-da-igreja-funcionar-na-pandemia/>. Acesso em 25 jul. 2020.

estivesse em processo de adaptação para a realização de suas práticas de modo virtual, o católico teria buscado vivenciar sua religiosidade, mediada e midiaticizada, por outras vias?

Entendemos que, ao incorporar as medidas de proteção sanitária para evitar a disseminação do vírus, afastando seus fiéis dos templos e utilizando plataformas de comunicação para permitir aos católicos a vivência da fé em tempos de pandemia, a Igreja evidenciou esforços por conectar-se diretamente com seu público, ao mesmo tempo que reiterou o papel de centralidade da mídia no tecido social.

O conjunto de experiências aqui relatado demonstra a diversidade de possibilidades da comunicação midiática, e de suas diversas linguagens, que foram utilizadas com o propósito de aproximar o católico da Igreja, o que implicou na necessidade de razoável domínio técnico dos dispositivos. Para além de sofisticados aparatos tecnológicos, a busca pela reconexão com os devotos pode se dar por diferentes caminhos, como o alerta a cuidados para que se evite a contaminação pela Covid-19 – foi o caso da aposição de máscara em uma estátua religiosa –, ou pela sinalização do desejo da experiência presencial – exemplificado pela fotografia impressa e colada nos bancos de uma igreja.

Passa também por orientações para evitar a desinformação, pelo incentivo à utilização de redes sociais virtuais para acompanhar ritos religiosos e o alcance da veiculação desses eventos nos meios tradicionais, que resultam em ganhos de audiência, culminando com a realização de cerimônias em formato *drive-in*, uma prática inovadora para o catolicismo, que permite a devoção religiosa aliada à prevenção.

Esses processos vão carecer de reflexão sobre o período posterior à crise pandêmica, considerando-se que a mídia deverá continuar exercendo papel relevante nos ritos religiosos, tanto na transmissão de suas celebrações, como também nas ações de conscientização sobre outros aspectos da vida cotidiana, a exemplo do que a Igreja Católica procurou fazer no que se refere ao novo coronavírus.

Referências

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? **Outra travessia**, n. 5, Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

ARQUIDIOCESE DE NATAL. **Fiéis terão Tarde Oramental da Misericórdia em estilo “drive-in”**. Disponível em: <https://arquiocesedenatal.org.br/fieis-terao-tarde-oracional-da-misericordia-em-estilo-drive-in.html>. Acesso em 01 jun. 2020.

CNBB. CNBB convida fiéis a rezarem o terço em momento de oração contra o avanço do novo coronavírus. <https://www.cnbb.org.br/cnbb-oracao-terco-coronavirus-covid-19/>. Acesso em 01 jun. 2020.

CNBB. Dioceses brasileiras têm apostado nas redes sociais para estar em comunhão com os fiéis. Disponível em: <https://www.cnbb.org.br/dioceses-brasileiras-tem-apostado-nas-redes-sociais-para-estar-em-comunhao-com-os-fieis/>. Acesso em 01. jun. 2020.

CNBB. Em sintonia com orientações médico-sanitárias, CNBB reforça práticas para evitar avanço do coronavírus. Disponível em: <https://www.cnbb.org.br/em-sintonia-com-orientacoes-medico-sanitarias-cnbb-reforca-praticas-para-evitar-avanco-do-coronavirus/>. Acesso em 01 jun. 2020.

CNBB. Mensagem da CNBB pede observação irrestrita às orientações médico-sanitárias. Disponível em: <https://www.cnbb.org.br/cnbb-emite-mensagem-na-qual-pede-observacao-irrestrita-as-orientacoes-medico-sanitarias/>. Acesso em 01 jun. 2020.

CNBB. O papel dos cristãos no combate às informações falsas sobre o coronavírus. Disponível em: <https://www.cnbb.org.br/o-papel-dos-cristaos-no-combate-as-informacoes-falsas-sobre-o-coronavirus/>. Acesso em 20 jul. 2020.

CNBB. Presidência da CNBB participou do “Aparecida Debate” para falar do novo jeito da Igreja funcionar na pandemia. Disponível em: <https://www.cnbb.org.br/presidencia-da-cnbb-participou-do-aparecida-debate-para-falar-do-novo-jeito-da-igreja-funcionar-na-pandemia/> Acesso em: 25 jul. 2020.

CNBB NORDESTE 2. Covid-19: Frades franciscanos criam paródia e lançam o clipe ‘Por favor, fica em casa’. Disponível em: <http://cnbbne2.org.br/covid-19-frades-franciscanos-criam-parodia-e-lancam-o-clipe-por-favor-fica-em-casa/>. Acesso em 01 jun. 2020.

COLLET, Andressa. Estátua de Santa Rita ganha máscara para conscientizar o mundo sobre a Covid-19. Disponível em: <https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2020-05/santa-rita-de-cassia-estatua-com-mascara-coronavirus-rn-brasil.html>. Acesso em 01. jun. 2020.

G1. Padre faz transmissão de bênção on-line e vira meme com filtros divertidos: 'Acionei sem querer'. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/03/31/padre-faz-transmissao-de-bencao-on-line-e-vira-meme-com-filtros-divertidos-acionei-sem-querer.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2020.

MARQUES DE MELO, José. Igreja e Comunicação. In: SOARES, Ismar de O.; PUNTEL, Joana T. (Orgs.). **Comunicação, Igreja e Estado na América Latina.** São Paulo: UCBC-Paulinas, 1985. p. 59-70.

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

PUNTEL, Joana T. Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática. São Paulo: Paulinas, 2010.

PUNTEL, J. T. A Igreja a caminho na Comunicação. **Teocomunicação**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Teologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, 2011.

REDE CATÓLICA DE RÁDIO. **Bases geradoras**. Disponível em: <https://www.rcr.org.br/menu/bases-geradoras>. Acesso em: 29 jul. 2020.

SBARDELOTTO, Moisés. Entre o social e a técnica: os processos midiáticos do fenômeno religioso contemporâneo. **Ação Midiática**, v. 2, n. 1, p. 1-16, 2012.

SBARDELOTTO, Moisés. Da religião à reconexão: novos modos de ser e fazer religiosos em tempos de midiatização digital. **Paulus**: revista de comunicação da FAPCOM, v. 2, n. 4, pág. 71-84, 2018.

SIGNIS BRASIL. Televisão. Disponível em: <http://signis.org.br/conteudo/midias/televisao>. Acesso em: 29 jul. 2020.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Do Santo Ofício à libertação**: o discurso e prática do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre a comunicação social. São Paulo: Paulinas, 1988.

SOUZA, André Ricardo de. As Investidas Católicas na Mídia. **Revista de Estudos da Religião - Rever**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 27-45, set. 2008. Quadrimestral. Disponível em: https://www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_souza.htm. Acesso em: 30 jul. 2020.

TORRENTE, Andrea. **Padre celebra missa com fotos dos fiéis para continuar "sendo um girassol"**. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/03/21/padre-celebra-missa-com-fotos-dos-fieis-nos-bancos-para-nao-se-sentir-so.htm>. Acesso em 01 jun. 2020.

TV APARECIDA. **TV Aparecida garante o segundo lugar na audiência do fim de semana**. Disponível em: <https://www.a12.com/tv/tv-aparecida-garante-o-segundo-lugar-na-audiencia-do-fim-de-semana>. Acesso em 01. jul. 2020.

VATICAN NEWS. **Coronavírus**: Vaticano estuda medidas. Igreja de Roma suspende atividades. Disponível em: <https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2020-03/coronavirus-medidas-cautelares-vaticano.html>. Acesso em 01 jun. 2020.

^a Mestre e doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Exerce o cargo de Jornalista na mesma instituição, com atuação na rádio Universitária de Natal (88,9 FM).

^b Doutora em Ciências da Comunicação (ECA/USP) e docente do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da UFRN. Integrante dos grupos de pesquisa Pragma e Ecomsul (UFRN).

Conflito de interesses

Não há conflito de interesses.