Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Do púlpito à internet: evoluções e conexões entre os conceitos de igreja eletrônica, televangelismo, pentecostalismo católico e catolicismo midiático, no contexto da midiatização[1]

From the pulpit to the internet: evolutions and connections between the concepts of electronic church, televangelism, Catholic Pentecostalism and media Catholicism, in the context of mediatization

Virgínia Diniz Ferreira [2]

Palavras-chave: midiatização do catolicismo; televangelismo; espiritualidade conectada

Resumo: O artigo realiza uma revisão crítica de quatro conceitos centrais na relação entre comunicação e fé cristã: igreja eletrônica, televangelismo, catolicismo midiático e pentecostalismo católico. Com base em autores como Assmann, Carranza e Hepp, analisa a evolução comunicacional da Igreja Católica em diálogo com a midiatização da religião. Aponta como a fé se transforma no ambiente digital e como essas categorias podem ser atualizadas para compreender a espiritualidade conectada. O estudo defende que a Comunicação é a ciência mais adequada para entender essas transformações sociais e simbólicas.

[1] Trabalho apresentado ao VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

[2] Mestre em Comunicação Social pela UFSM, graduada em Comunicação Social, Rádio e TV, pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), tutora Educação a Distância (EaD) em ambiente Moodle, pela Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), assessora de comunicação e assessora de imprensa, Founder e CEO da ON&OFF, comunicação, eventos e projetos. virginiaradialista@gmail.com

Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Abstract: This essay critically reviews four key concepts that frame the relationship between communication and Christian faith: electronic church, televangelism, mediatized Catholicism, and Catholic Pentecostalism. Based on authors like Assmann, Carranza, and Hepp, the paper analyzes how Catholicism evolves in response to digital culture and deep mediatization. It argues that faith is no longer just transmitted, it is transformed through digital platforms. The article suggests that Communication Studies is the most suitable discipline to explore these symbolic and social changes in contemporary religiosity.

Keywords: Catholic mediatization; televangelism; connected spirituality

1. Introdução

Este artigo de caráter ensaístico tem por objetivo de uma revisitar e propor novas reflexões à literatura sobre os modos de mediação e midiatização da fé cristã a partir da articulação de quatro conceitos fundamentais e interligados: igreja eletrônica, televangelismo, catolicismo midiático e pentecostalismo católico. O objetivo é refletir como essas categorias contribuem para a construção de uma espiritualidade híbrida e performática na contemporaneidade, em especial no campo católico, com ênfase na midiatização como processo estruturante. Para isso, inicia a reflexão a partir de uma base teórica basilar atual, analisando esses conceitos a partir dos principais autores – autores clássicos. Como metodologia, realiza uma análise de literatura, buscando identificar uma linha evolutiva comunicacional na história da Igreja Católica, especialmente no contexto brasileiro, que acompanha as transformações da sociedade e das tecnologias da comunicação.

A noção de igreja eletrônica, cunhada por Hugo Assmann (1986), descreve o fenômeno do uso estratégico dos meios de comunicação por igrejas, especialmente evangélicas e pentecostais, como forma de propagar sua mensagem e conquistar fiéis.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Assmann observa que o uso da mídia não é apenas instrumental, mas conforma o modo de ser das igrejas que nela atuam. Nesse sentido, a igreja eletrônica representa uma transição da experiência religiosa do templo físico para o espaço simbólico da mídia. Essa forma de presença se manifesta, principalmente, por meio do televangelismo, cuja retórica é marcada por discursos de cura, prosperidade e milagres, veiculados por líderes carismáticos com domínio de técnicas de comunicação e performance televisiva.

O televangelismo, embora historicamente ligado ao protestantismo norte-americano, encontrou eco no Brasil, especialmente a partir da década de 1990. Movimentos católicos carismáticos passaram a adotar suas formas e estratégias, originando o que Brenda Carranza (2006) denomina de catolicismo midiático. Segundo a autora, esse fenômeno não se limita à presença da Igreja nos meios de comunicação, mas se configura como uma nova forma de ser Igreja, atravessada por lógicas midiáticas, pela linguagem do espetáculo e por uma reconfiguração das autoridades religiosas. No catolicismo midiático, a autoridade eclesial tradicional é descentralizada e compartilhada com lideranças carismáticas que ocupam a mídia com uma linguagem emocional, direta e performática.

A Renovação Carismática Católica é o principal vetor do pentecostalismo católico, que pode ser compreendido como uma apropriação de elementos teológicos, litúrgicos e comunicacionais do pentecostalismo protestante dentro da tradição católica. Esse movimento, ao integrar orações de cura, louvor com música popular, testemunhos e exorcismos, passou a dialogar com formas de expressão típicas da mídia televisiva e, mais recentemente, das redes sociais. A hibridização da linguagem litúrgica, aliada à centralidade da figura do pregador midiático, resulta em um modelo de evangelização baseado na presença carismática, na interatividade e na emoção.

Para conseguir tangenciar o início da discussão sobre a importância de revisitar conceitos importantes para a comunicação, esse artigo se debruçará sobre alguns conceitos basilares para essa discussão como, como o da midiatização (Verón, 2007, Hjarvard, 2008), Midiatização Profunda (Heep, 2020), Igreja eletrônica (Hugo

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Assmann, 1986), catolicismo midiático (Carranza, 2006) e pentecostalismo católico (Sofiat, 2009).

2. A midiatização do catolicismo e a evolução tecno-comunicacional da transmissão da fé

Com o número de católicos crescendo no mundo e sendo o Brasil o maior país católico que existe de todos os continentes, com mais de 50% da população professando a fé, a presença cada vez mais constante das tecnologias, meios e processos de comunicação, em todos os campos sociais, o que inclui a religião, têm se demonstrado necessária e importante. A esse fenômeno, a ciência da comunicação atribui um conceito que, segundo a visão deste artigo, o conceito que melhor é o da *midiatização* (VERÓN, 1997). Conceito que embora não seja unívoco, aqui se adota de modo mais objetivo como sendo o processo no qual a mídia toma o centro das relações e dos processos sociais, alterando a forma com a qual o ser humano interage e se estabelece como ser na sociedade. "Definitivamente, o termo midiatização não designa outra coisa senão a mudança social e das sociedades pós-industriais" (VERÓN, 1997, p.17)[3].

E o que isso interfere na vida dos fiéis, das instituições e da mídia? Interfere em muitos pontos, mas, no caso da comunidade católica, por exemplo, as tecnologias podem alterar a experiência da fé, podendo oferecer vantagens, ajudar no cotidiano das práticas sacramentais, oracionais, na participação em eventos, mas, sobretudo, altera como o fiel se relaciona consigo, com o próximo e com Deus.

Desde o desenvolvimento deste conceito, passando-se quase três décadas – o que poderia ser considerado muito pouco para análise de um fenômeno –, é possível perceber que essas relações, que antes se davam de maneira compassada, com o avanço

[3] "Em definitiva, el término midiatización, no designa outra cosa que lo que es hoy el cambio Social de las sociedades pós-industriales" (VERÓN, 1997, p.17). Tradução própria.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

exponencial das novas tecnologias e a presença cada vez mais constante nas relações sociais, tem se intensificado, fazendo com que os estudiosos já considerem que a sociedade atual vive um estado de "midiatização profunda" (HEEP, 2020).

A midiatização profunda mostra que a lógica comunicacional estrutura a forma como os fiéis vivenciam a religião, sobretudo, por atuarem no que se pode considerar como um novo ambiente religioso, o ambiente digital, já anunciado pelos Papas da Igreja e assumidos como novos campos de missão. Até aí, nenhuma novidade, se não fosse o fato de que existe atualmente a presença crescente das novas tecnologias de comunicação, onde aqui se aponta o uso de aplicativos diversos no cotidiano dos fiéis católicos. Esse dado representa uma das expressões mais significativas da transformação da experiência religiosa na era digital.

O conceito de midiatização, conforme Stig Hjarvard (2008), é essencial para compreender esse processo. Para o autor, a midiatização da religião ocorre quando os meios de comunicação se tornam os principais canais de acesso ao conteúdo religioso, e, ao mesmo tempo, moldam o modo como a religião é percebida, praticada e representada. Os meios não apenas transmitem conteúdos religiosos, mas os transformam, atuando como agentes de mudança cultural. Hjarvard argumenta que as religiões, ao interagirem com a mídia, passam a adaptar suas práticas e discursos às lógicas mediáticas de visibilidade, entretenimento e personalização.

A midiatização, como definida por Eliseo Verón (1997), não se limita à presença dos meios na sociedade, mas corresponde à "transformação estrutural dos processos sociais sob influência da lógica midiática". Trata-se, portanto, de um fenômeno que reconfigura o modo como a sociedade se estrutura, remodelando práticas simbólicas, afetivas e institucionais.

No campo religioso, por exemplo, observa-se que os conteúdos digitais não apenas veiculam mensagens de fé, mas transformam o modo como a fé é vivida e percebida. Os vídeos curtos com pregações de padres carismáticos no TikTok ou os terços rezados por influenciadores no Instagram não apenas substituem encontros

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

presenciais, mas instauram novos rituais, novos tempos e novos vínculos comunitários mediados pela tela. Isso modifica também a forma como o fiel fala (com termos como "lacrou", "aleluia trend", "challenge de oração"), se veste (com camisetas devocionais estilizadas) e se entende como sujeito de fé conectado.

A institucionalidade eclesial responde a essas transformações, adaptando sua linguagem e até seus sacramentos, como foi possível observar durante a pandemia com transmissões de missas e bênçãos online. E o ciclo se completa: os próprios meios de comunicação se veem forçados a se adaptar a essas novas demandas religiosas, como quando o YouTube passou a destacar conteúdos de espiritualidade ou o WhatsApp permitiu grupos de oração com transmissões em áudio. A midiatização é, portanto, um sistema em permanente retroalimentação, onde a forma molda o conteúdo, e o conteúdo redefine a forma social da experiência humana. A midiatização não é o que a mídia faz com a sociedade, mas o que a sociedade se torna com a mídia.

Na América Latina, Luís Mauro Sá Martino (2019) propõe uma leitura da midiatização da religião que considera três dimensões: institucional, experiencial e simbólica. A dimensão institucional diz respeito à reconfiguração das estruturas de autoridade eclesial frente à lógica midiática. A dimensão experiencial aborda como as práticas religiosas são vividas por fiéis em contextos mediados. Já a simbólica refere-se à linguagem, imagens e signos que reconfiguram o sagrado no espaço público. O catolicismo midiático, sob essa perspectiva, representa um campo privilegiado de análise das interações entre mídia e religião na América Latina, onde o catolicismo ainda ocupa posição hegemônica, mas profundamente reconfigurada pela presença das mídias.

A teoria da midiatização profunda, desenvolvida por Andreas Hepp (2020), amplia essa discussão ao considerar que a mídia não é apenas ambiente, mas infraestrutura vital que organiza a vida social. A fé vivida por meio de plataformas digitais, como transmissões ao vivo de missas, vídeos no YouTube com orações, e o uso de aplicativos religiosos, revela uma religiosidade conectada, distribuída e

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

reconfigurada. A midiatização profunda implica que a comunicação religiosa contemporânea não pode ser separada das tecnologias que a sustentam. O uso de algoritmos, a lógica da viralização, a produção de conteúdo multiplataforma e a espiritualidade digitalizada são marcas de uma nova fase da presença religiosa no mundo.

Nesse cenário, Moisés Sbardelotto (2017) propõe compreender a religiosidade como uma experiência em rede. Segundo o autor, "o verbo se fez rede" sintetiza a passagem de um modelo institucionalizado para uma vivência conectada da fé. As formas de oração, catequese e participação litúrgica sofrem deslocamentos, ganhando novos formatos mediados digitalmente. A religiosidade digital, porém, não rompe com a tradição, mas a reconstrói em novos moldes, criando pontes entre o sagrado e a cultura digital.

A articulação entre os conceitos discutidos permite entender como o catolicismo, especialmente sua vertente carismática, se reinventa diante das transformações comunicacionais. A televisão, o rádio, a internet e os aplicativos se tornam espaços de evangelização, mas, também, da forma como o fiel se vê e se relaciona com a fé. O púlpito tradicional é substituído por câmeras, telas e estúdios. Mais do que isso, tem-se um novo ambiente, um novo espaço para se ocupar. O sagrado se torna possível através de múltiplas conexões, sem perder, contudo, sua carga devocional. A performance religiosa na mídia não é superficialização, mas ressignificação. Embora por muitos pesquisadores, não tenha se percebido assim. O que faz com que em muitos estudos, as pessoas analisadas apareçam como uma caricatura distantes de serem levadas a sério.

2.1 – Do púlpito físico à comunicação de massa

A comunicação da fé na Igreja Católica se dava tradicionalmente no púlpito, com o padre como mediador exclusivo da palavra e com foco na liturgia e sacramentos em espaços físicos (igrejas, capelas). Essa forma era presencial, verticalizada e

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

institucional, com autoridade centrada no clero. O formato neste modo de comunicação são os sermões, que a partir das leituras bíblicas – A Palavra de Deus – buscam através da hermenêutica aproximar os ensinamentos teológicos e doutrinais da Igreja ao cotidiano dos fiéis, incluindo os ensinamentos catequéticos, à realidade do povo.

> "A Hermenêutica instrui o intérprete acerca dos caminhos a serem percorridos através de regras e princípios normativos, atuando como um elo, ligando os pensamentos do autor original com os pensamentos do(a) leitor(a) dos tempos atuais, tendo como objetivo principal a compreensão do texto estudado (Petuia e Elias, 2024).

Desse modo, a homilia ministrada do púlpito das Igrejas, feita na Missa dominical - a principal da semana para os católicos - tem o objetivo de nortear a semana do indivíduo. Com ela, inicia-se a consagração dos dias de trabalho, estudos e demais atividades. Nos sermões, é comum que os padres ou bispos, no exercício de hermenêutica, atualizem os fiéis sobre os acontecimentos mais relevantes da atualidade - sejam de alcance local, regional, nacional ou internacional - introduzindo, à luz da fé, uma proposta de vivência desses temas a partir dos valores do Evangelho. Junto com o testemunho, é uma das formas mais antigas e tradicionais da Igreja, que usa da oralidade, mas com o passar do tempo, foi se atualizando em sua forma de transmissão, conforme a chegada das tecnologias.

2.2 - Igreja eletrônica e a mediação tecnológica

O conceito de "igreja eletrônica" (Assmann, 1986) marca o início da transição do espaço físico para o espaço simbólico da mídia. Apesar de mais forte nas igrejas evangélicas, o conceito inspirou formas católicas de comunicação via rádio, televisão e gravações, criando presença virtual da fé.

Com a Revolução Industrial e as mudanças ocorridas na sociedade durante os séculos, como a desconfiguração da família (considerada Igreja doméstica e primeira transmissora da fé), a mudança nos modelos de escola (em grande parte, auxiliadoras na

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

catequese e transmissão da fé) e ainda, mudança nos próprios espaços nos templos (arquiteturas mais simples, adequadas de modo a terem menos investimentos de recursos financeiros, sendo construídas de modo mais rápido e portanto, com menos envolvimento de pessoas, em um curto espaço de tempo – as construções antigas demoravam muitas vezes mais de um século para a conclusão), a comunicação passou a ter um importante apelo estratégico na propagação da fé.

Não por outro motivo, não apenas os protestantes, mas a fé católica passaria (sobretudo após o Concílio Vaticano II), a adotar os meios de comunicação de massa como ferramentas de "transmissão da fé". Nasceu assim a "igreja eletrônica", que marca um início importante de modo de relacionamento da Igreja Católica com os fiéis e sobretudo, marca o modo da apropriação da comunicação por esse campo social.

Essa mudança de chave no modo de perceber a comunicação é apontada pela Igreja Católica após o Concílio Vaticano II, tendo como marco o documento *Inter Mirífica*, onde a Igreja não apenas indica aos fiéis, aos empresários, aos profissionais e aos próprios veículos, que utilizem a comunicação como ferramenta importante na evangelização e institui um dia dedicado a ela. Essa data é acompanhada por uma carta-reflexão, escrita pelo Papa, endereçada a todo o orbe católico no mundo, onde o Pontífice fala aos fiéis sobre um tema atual da comunicação.

2.3 - Televangelismo

A partir da década de 1990, grupos católicos adotam estratégias de televangelismo, como: estética emocional e performática; pregadores carismáticos; apelo à cura, milagre, louvor e prosperidade. Isso marca uma transição para uma comunicação afetiva, midiática e multissensorial, com forte influência da lógica televisiva.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

2.4 – O catolicismo midiático, Renovação Carismática Católica e o Pentecostalismo Católico

O conceito de catolicismo midiático (Carranza, 2006) mostra que a Igreja passa a se configurar também pela mídia e nas mídias, com: uma Nova forma de ser Igreja (incentivada pelos documentos pós-conciliares, na década de 1960); Lideranças carismáticas midiáticas dividindo espaço com autoridades eclesiais; Descentralização da autoridade tradicional.

Nesse contexto, no ano de 1967, com ascensão mundial na década de 1970 e tendo seu pico no período dos anos 2000, surge a Renovação Carismática Católica (RCC), que segundo Carranza, promove uma espiritualidade midiática. Alguns elementos podem ser pontuados desse período - muitos ligados a bens de consumo – todos relacionados à adaptação dos fiéis à configuração da sociedade pós-Revolução Industrial: o uso de música popular religiosa, testemunhos, oração em línguas e eventos transmitidos. Uma liturgia adaptada aos meios de comunicação e para alguns autores à cultura do espetáculo.

Essa configuração, sofre uma nova alteração com a chegada da Internet, o desenvolvimento das redes sociais, mudanças que marcam a consolidação da midiatização da sociedade, alterando processos sociais e criando alguns do ponto zero.

2.5 - Do templo ao digital: midiatização profunda

Com as redes sociais, plataformas e aplicativos, entramos em uma fase de "midiatização profunda" (Hepp, 2020), na qual: A fé se torna conectada e distribuída; Os Apps religiosos, YouTube, lives de missas e catequeses digitais reconfiguram a vivência da religião; O fiel interage com o sagrado de forma personalizada, sob demanda e interativa.

Sobre isso, no livro “O verbo se fez rede: espiritualidade em rede”, Moisés Sbardelotto (2017), discorre sobre a experiência de fé em rede, onde: a tradição se

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

atualiza, sem ser abandonada; Há novas formas de oração, catequese e evangelização, mediadas por tecnologias; A comunicação se torna horizontal e relacional, mais próxima da lógica das redes sociais.

Desse modo, é importante que esses conceitos se atualizem, uma vez que a comunicação religiosa hoje não é só transmissão, mas transformação. O que exige revisitar e atualizar categorias teóricas para dar conta da nova forma de vivência da fé na era digital.

Do Púlpito à influência digital: A evolução da comunicação na Igreja Católica

Era	Meio	Ícone	Características principais
1. Era do púlpito	Púlpito físico		Comunicação oral no templo. Centralidade do padre e da missa. Autoridade vertical e presencial.
2. Impressão e livros	Livros religiosos		Disseminação da Bíblia e do Catecismo. Fé reflexiva e educativa.
3. Era do jornal	Jornais católicos		Difusão doutrinária e social. Conexão entre fiéis e comunidade eclesial.
4. Revistas religiosas	Publicações mensais		Formação contínua com linguagem jornalística e visual.
5. Rádio católico	Oração pelo rádio		Expansão do alcance da fé. Programas devocionais e missas radiofônicas.
6. Televangelismo	Programas religiosos		Pregação carismática e performática. Popularização da RCC na mídia.
7. Primeiros sites católicos	Portais na internet		Transmissões ao vivo, artigos e presença institucional online.
8. Redes sociais	Facebook, YouTube, Instagram		Interatividade, lives, reels e evangelização multiplataforma.
9. Influenciadores católicos	Missionários digitais		Jovens e padres com forte presença online. Catequese informal e acessível.
10. Jubileu Digital (2023)	Reconhecimento oficial		Vaticano celebra e incentiva missão digital. Igreja aprofunda sua presença online.
11. Santo Millennial	Influência digital		Evangelizador online. Beatificado em 2020. Ícone da santidade digital.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

3 - Considerações finais

Conclui-se que a midiatização da fé não é uma simples adaptação às tecnologias, mas uma transformação ontológica da experiência religiosa. E que é verdade que a tecnologia evoluiu e com ela, a sociedade mudou, cabe – e aqui se lança essa reflexão – revisitarmos conceitos que já precisam ser atualizados – dar um F5, tecla de atalho para atualização, utilizada nos sistemas office de computador. Não apenas pelas tecnologias, mas, porque a própria ciência da comunicação evoluiu e as demais ciências, como as Ciências Sociais, também precisam ser "atualizadas". Afinal, em um meio em que a velocidade das transformações altera tantos conceitos, é coerente e imperativo deixar para que a Comunicação tenha o lugar de fala em um assunto que agora ela é a o centro.

O catolicismo midiático e o pentecostalismo católico revelam formas de ser Igreja moldadas por linguagens midiáticas e exigências culturais contemporâneas. O desafio acadêmico é compreender essas expressões sem preconceito, reconhecendo sua complexidade, potência simbólica e impacto social. Ao colocar em diálogo autores de diversas tradições teóricas, o presente ensaio busca contribuir para o campo de estudos em comunicação e religião, oferecendo uma visão articulada e crítica das transformações em curso.

Cabe também pontuar futuras possibilidades de análise neste campo, sobretudo, no que diz respeito aos instrumentos teóricos e metodológicos apropriados para analisar como os sentidos são produzidos, circulam e transformam os sujeitos e as instituições.

Justamente por viveremos em um tempo de "midiação profunda", em que a comunicação não é apenas meio, mas uma infraestrutura vital das relações sociais, não basta estudar a religião como uma instituição isolada: é preciso compreender como ela atua em rede, entrelaçada com algoritmos, plataformas, estratégias de visibilidade e afetos digitais.

Por isso, vale destacar, que essa complexidade também exige pontes interdisciplinares necessárias. Se houve evolução tecnológica e se há um consenso de

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

que essa evolução afeta os campos e a forma do próprio desenvolvimento humano, a convergência midiática impõe um olhar que precisa partir do campo comunicacional e analisar – em um movimento contrário do que se tem feito – as afetações nos aspectos filosóficos, linguísticos e até psiquiátricos, considerando o impacto do digital não apenas na fé, mas, principalmente, no próprio homem.

Se a psicanálise freudiana, por exemplo, inspirou os estudos de mídia em seus primórdios, é legítimo tensionar a necessidade de ampliar esse diálogo, por exemplo, com desdobramentos modernos da própria psicanálise sobre a comunicação e sobre o homem, como, por exemplo, é o caso da Logoterapia – última corrente da psicanálise, cunhada por Viktor Frankl, aluno de Freud - que recoloca o sentido existencial como eixo terapêutico, um campo altamente conectado às buscas espirituais digitais do nosso tempo.

Assim, como futuro desdobramento, é pertinente apontar que se faz necessário investir em estudos que cruzem a comunicação com áreas como neurociência, antropologia digital e espiritualidade aplicada, revelando como a fé conectada se torna também uma experiência de sentido, de identidade e de saúde psíquica.

Por fim e retomando o raciocínio final, a trajetória comunicacional da Igreja Católica revela uma profunda adaptação aos meios disponíveis em cada época, sem perder o núcleo de sua missão evangelizadora. Desde o púlpito tradicional, em que o padre exercia a mediação direta da palavra, passando pela difusão de livros religiosos e jornais impressos, a Igreja se utilizou da cultura letrada para formar, informar e aproximar os fiéis.

Com o rádio e, especialmente, com a televisão, emergem figuras carismáticas que inauguram o catolicismo midiático, marcando uma virada performática e emocional na comunicação da fé. Com a chegada da internet e das redes sociais, inaugura-se uma nova fase, caracterizada por interatividade, linguagem digital e descentralização da autoridade.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Já com a internet e sobretudo as redes sociais, que dão origem a figuras como os influenciadores, uma versão atualizada das figuras carismáticas do catolicismo midiático, surgem missionários digitais - influenciadores que evangelizam com estética de rede e linguagem acessível, reconhecidos oficialmente pelo Vaticano, com direito ao Jubileu dos Missionários Digitais, na História, realizado em 2025.

Por fim, esse processo culmina, simbolicamente, com a beatificação de Carlo Acutis, o primeiro "santo millennial", cuja vida traduz a espiritualidade conectada da geração digital. Uma prova digital e divina, que aponta para a permanente necessidade de avanço nos estudos da comunicação católica e na consolidação da midiatização da fé, apontando que esse processo foge da mera instrumentalização e coloca no centro da discussão a transformação estrutural da presença eclesial no mundo contemporâneo.

Referências

ASSMANN, Hugo. A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina. Petrópolis: Vozes, 1986.

CARRANZA, Brenda. Catolicismo midiático: entre o mercado da fé e a produção de sentidos. In: MARTINO, Luís Mauro Sá; MARCONDES FILHO, Ciro (org.). Comunicação e religião: trânsitos, conexões e experiências. São Paulo: Paulus, 2006.

GOMES, Pedro Gilberto. Igreja e meios de comunicação: do gueto à cidadania. São Paulo: Paulinas, 1997.

HEPP, Andreas. Deep Mediatization. London: Routledge, 2020.

HJARVARD, Stig. The mediatization of religion: a theory of the media as agents of religious change. Northern Lights, v. 6, n. 1, p. 9–26, 2008.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Midiatização da religião: três dimensões de uma perspectiva latino-americana/ brasileira. Matrizes, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 15-35, jan./abr. 2019.

NETO, Fausto. Midiatização e processos sociais: aportes para uma teoria da midiatização. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

PETUIA, Luciano Fernandes; ELIAS, Tiago Calazans. Hermenêutica Bíblica: métodos contextuais para o estudo e interpretação do texto sagrado. Revista Pesquisas em Teoogia, PqTeo, Rio de Janeiro, v. 7, n. 13, p. 01-15 jan./jun. 2024

REBOUÇAS, Francisco Gilson. Mídia, religião e modernidade: elementos para uma teoria da midiatização da religião. Fortaleza: Premius, 2007.

SBARDELOTTO, Moisés. E o Verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital. São Paulo: Paulinas, 2017.

SOFIATI, Flávio Munhoz. Religião e Juventude: os jovens carismáticos. Tese de doutorado. Programa de pós-graduação sociologia da religião, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, 2009