Renovação Carismática Católica do Brasil e a atualização de suas estratégias midiáticas

Virgínia Diniz Ferreira
Viviane Borelli
Universidade Federal de Santa Maria

Palavra-chave: Midiatização; Estratégias midiáticas; Pentecostalismo católico.

RESUMO EXPANDIDO

O campo da Religião sofreu, nos últimos anos, um processo de imbricamento com o campo da Comunicação e da Mídia. Nesse contexto, a comunicação entre o movimento que configura o fenômeno social do pentecostalismo católico, a Renovação Carismática Católica (RCC), e seus fiéis, desde sua chegada no Brasil (CARRANZA, 2000), modificou-se a partir de estratégias midiáticas, elaboradas institucionalmente, tendo como marco recente o ano de 2010. Período em que foi elaborado o primeiro Planejamento Estratégico de Missão, dando destaque à comunicação institucional do movimento, com valorização das redes sociais, tendo como plataforma principal o Facebook.

Parte-se do pressuposto que a RCC investe em novos produtos co municacionas para atualizar suas práticas religiosas, produzindo novas formas de contato – comunicação - com os participantes do movimento, com fins de aumento do número de fiéis, manutenção – fidelização – dos fiéis. Com o processo de midiatização crescente, a religião toma forma pela mídia, que traduzem as operações técnicas e simbólicas: "esse novo modo de expressão da religião ocorre a partir de ofertas organizadas e elaboradas por dispositivos de contato entre o mundo do credo e do fiel" (BORELLI, 2010, p.15). Portanto, o outro elemento avaliado pela pesquisa, é a produção de consumo de bens simbólicos e materiais, desenvolvidos pelos administradores da fanpage. Para Bourdieu, quando um bem cultural recebe um valor mercantil, sendo consagrado pelas leis de mercado, com status de mercadoria, esse mercado ganha produtores e consumidores. Sendo assim, ao entrar na lógica de mercado, com produtos que visam expressar a cultura religiosa do movimento, a RCC entra na lógica de consumo, oferecendo para os fiéis, não apenas mercadorias do universo religioso pentecostal católico, mas bens simbólicos, que mantém unidos os consumidores-seguidores.

Examina-se, portanto, à luz do conceito de midiatização, onde Fausto Neto define como quando "a cultura midiática se converte na referência pela qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece produzindo zonas de afetação em vários níveis da

organização e da dinâmica própria da sociedade" (FAUSTO NETO, 2009). Também conceituada por Verón, a midiatização é definida quando a mídia ocupa o centro da sociedade, de maneira que as relações sociais estabelecidas passam a ser afetadas de tal modo, que as práticas sociais são regidas pela mídia no cotidiano. "*En definiva, el término mediatización no designa otra cosa que lo que es hoy el cambio social de las sociedade post-industriales*" (VERÓN, 1997, p. 17).

O processo de midiatização, por sua vez, será analisado no que tange à produção e circulação. Para Fausto Neto, os "dispositivos sócio-técnico-discursivos" reformulam o processo de interação, alterando o lugar e o conceito de recepção(FAUSTO NETO, 2009, p.8). Por sua vez, a recepção, está entendida nesse artigo, segundo percepção de Verón, que utiliza o termo "reconhecimento", que seria a análise do dispositivo de enunciação, na produção, pelo leitor-receptor (VERÓN, 2004). Assim, analisa-se como se dão as relações entre a RCC e seus participantes, através da fanpage Renovação Carismática Católica do Brasil, no Facebook.

Analisa-se a página no período de 12 de abril de 2016 a 12 de junho de 2016, dividindo metodologicamente a análise em três fases a partir dos conceitos norteadores: a) Produção, como a RCC se apresenta e se anuncia para seus possíveis seguidores; b) Circulação, onde serão descritos os processos de trocas entre os seguidores (compartilhamentos, reações, tipos de interação – comentários, links, memes); c) Como reconhecimento, são identificadas as estratégias discursivas dos seguidores no que se refere à produção de comentários e às postagens feitas na páginas. Identifica-se, portanto, as mudanças ocorridas no discurso da RCC Brasil, para manutenção do movimento na ambiência da midiatização e de que maneira ele se renova, reconfigura e se atualiza.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2015.

CARRANZA, Brenda. Renovação Carismática: origens, mudanças, tendências. Aparecida: Editora Santuário, 2000.

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

FAUSTO NETO, Antonio. **A religião do contato:** estratégias discursivas dos novos "templos midiáticos". Contemporânea, vol 2, nº 2, p. 139-168, Dez, 2004.

_____. **Midiatização, prática social, prática de sentido.** Paper. Bogotá: Seminário Mediatização, 2006.

_____, Fragmentos de uma "analítica" da midiatização. **Revista Matrizes.** São Paulo: ECA/USP, ano 1, nº 1, 2008, pp. 89-105.

_____. **Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação.** Anais do XVIII Encontro da Compós/ Belo Horizonte, 2009.

_____. Análise do discurso. In: CITELLI, Adilson et al. **Dicionário de Comunicação:** escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014, p. 35-43.

FLORES, Ana Cássia. **Práticas midiatizadas da Canção Nova na internet:** afetação de lógicas comunicacionais católicas e midiáticas. Dissertação de Mestrado. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Programa de Pós-graduação em Comunicação, 2010.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. Introdução: Por que a mídia se propaga. In: **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

MARIANO, Ricardo. Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo, Loyola, 1999.

MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JÚNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. In:Circuitos versus campos sociais. Mediação & Midiatização. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2012 .

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 2002. P. 13-63.

VERÓN, Eliseu. Esquema para el análisis de la mediatización. In: Revista **Diálogos de la Comunicación,** n. 48, Lima: Felafacs, 1997.

_____. **Fragmentos de um tecido.** In: "Quando ler é fazer: a enunciação do discurso na imprensa escrita". São Leopoldo (RS): Unisinos, 2004. P.215-238.

FERREIRA, Diniz Virgínia. **Pentecostes na TV:** análise da expansão do movimento da Renovação Carismática Católica em São Luís (MA), a partir da cobertura dos telejornais da Rede Globo. Monografia: Universidade Federal do Maranhão, UFMA, 2009.