



Na Rede: Hallel Som e Vida Fortaleza no *Twitter* e *Facebook*¹

Claudielly ARAÚJO²

Klycia FONTENELE³

Faculdade Cearense (FaC), Fortaleza-Ce

RESUMO O objetivo deste trabalho foi analisar de que forma a Renovação Carismática Católica (RCC) de Fortaleza utiliza as redes sociais *Twitter* e *Facebook* para divulgar, especificadamente, o evento Hallel Som e Vida, ocorrido no ano de 2010 e o início da divulgação do evento no ano de 2011. O trabalho aborda aspectos relacionados à religiosidade católica, além de apresentar o surgimento do movimento carismático no mundo e no Brasil. Apresenta a definição de diferentes autores a respeito do uso da internet, no sentido de compreender as transformações sociais causadas pela grande rede mundial de computadores, como a interatividade e as redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Renovação Carismática Católica; Redes Sociais; Hallel Som e Vida Fortaleza.

Introdução

Dentro da Igreja Católica Apostólica Romana existe um movimento religioso que é visto como auxiliar do Catolicismo na questão da evangelização. Movimento este que surgiu há 45 anos, durante um retiro espiritual realizado por estudantes da Universidade de Duquesne, nos Estados Unidos (XAVIER, 2008). A Renovação Carismática Católica (RCC), como é conhecido este movimento, desenvolveu-se com grande rapidez e hoje atinge todos os países do mundo.

Diante desse contexto, podemos dizer que a Igreja Católica vem apresentando novas formas para a evangelização dos fiéis, apostando no uso de ferramentas que despertem o interesse dos indivíduos a participarem do Catolicismo. Tais estratégias vão de eventos artísticos ao uso da mídia, estando à internet inserida nessa prática.

Partindo de tais informações, citamos o uso das redes sociais que ganham uma destacada posição no âmbito social e no movimento carismático. Portanto, nosso artigo trata do estudo das redes *Twitter* e *Facebook* como ferramenta de comunicação da Renovação Carismática Católica de Fortaleza, mais especificadamente, no evento *Hallel Som e Vida Fortaleza*. Temos como objetivo verificar se essas duas redes servem de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Cearense, email: claudiellyal@hotmail.com

³ Orientadora Professora Especialista – Faculdade Cearense (FAC) email: klycia@faculdadescearenses.edu.br



apoio ao movimento religioso como instrumentos de evangelização ou divulgação do evento carismático.

Para a construção de nosso artigo, discutimos a temática da evangelização, além de apresentarmos o movimento carismático. Conceituamos também a interatividade e as redes sociais, analisados por André Lemos e Raquel Recuero. Mostramos ainda em nosso estudo as redes *Twitter* e *Facebook* e como essas duas redes são utilizadas como estratégia de comunicação na Renovação Carismática Católica de Fortaleza.

1 Evangelização e a Renovação Carismática Católica

A história da Igreja Católica inicia-se, através da vivência do Evangelho, nos acontecimentos ocorridos no passado e contados pela Bíblia. Evangelho significa “*Boa Nova*” e evangelizar é anunciar essa notícia, é levar a história de Cristo ao conhecimento de todos. Evangelizar é o “anúncio, do grande acontecimento do nascimento (encarnação), vida, morte, ressurreição e ascensão de Jesus Cristo, obra esta que possibilitou aos seres humanos a salvação e a redenção da criação.” (SANCHEZ, 2010, p. 2).

Para a Igreja Católica, o entendimento do evangelho necessita de conversão. Pois, é necessário não apenas saber os registros dos fatos cronológicos antigos, mas compreender, reconhecer e aceitar a obra salvífica de Cristo. Segundo Melo (1996), a evangelização origina-se por meio da Santíssima Trindade, que é a junção do Deus Pai, de Jesus Cristo e do Espírito Santo, dando-se, a partir da revelação do Deus Filho para a humanidade e do cumprimento de sua missão que era intrinsecamente o mandato de evangelizar.

Dentro do Catolicismo, o rito da missa pode ser citado como exemplo de evangelização. Nela, os fiéis se reúnem para celebrar, através da eucaristia, a renúncia e o sacrifício de Jesus Cristo para o homem. Além dela, existem também as procissões que são:

[...] as expressões mais comuns do catolicismo tradicional. Existem diversos tipos de procissão [...] Existem procissões solenes, entre as quais se incluem as que se celebram no ciclo da quaresma e da Semana Santa, e a de Corpus Christi; e há também as que apresentam aspectos mais simples, como as procissões que o povo faz ao cair da tarde para a reza do terço (AZZI, 1977, p. 131).

No Cristianismo, assim como em qualquer outro seguimento de crença, são organizados métodos para despertar o interesse religioso e, com isso, atrair mais fiéis



para suas igrejas ou instituições. Seguindo essa visão, podemos dizer que pessoas que vivem uma experiência dentro de um ambiente no qual exige dedicação a Deus e, a partir desse contato, decidem permanecer no acompanhamento dessa religião, diz-se que aconteceu a evangelização. Porém, Sanchez (2010) percebe que:

[...] a evangelização não pode ser reduzida à atividade de acrescentar membros a uma igreja local ou denominação. Ela possui resultados muito mais abrangentes e imensuráveis. Também não pode ser reduzida a uma estratégia ou método tecnicamente planejado, mas tem a ver com a vida e as relações humanas e sua complexidade (SANCHEZ, 2010, p.p. 2-3).

Podemos, então, avaliar que a Igreja Católica se vale de uma organização para a execução desse trabalho ou missão e que ela não pode se limitar apenas ao crescimento do número de fiéis para a doutrina, mas abranger as mudanças sociais e espirituais que a evangelização possa causar. A autora ressalta ainda que, para uma igreja cumprir sua missão de evangelização, “é preciso que ela possua um conteúdo teológico que não somente vai substanciar seu anúncio, mas orientar sua ação evangelizadora.” (SANCHEZ, 2010, p. 27).

No Brasil, a história da Igreja Católica no país começa, através da colonização e da participação dos jesuítas. A partir da ocupação dos padres da Companhia de Jesus⁴, de suas maneiras de apresentação do evangelho e da doutrina cristã mostrada no catecismo. Nos dias atuais, essas práticas continuam, mas de formas adaptadas. Os padres, responsáveis pela Igreja nas paróquias e dioceses, investem em movimentos e pastorais como base para a evangelização e assim expandir a fé⁵ católica. A igreja é assim “[...] movida por esta autoconsciência, ela evangeliza mediante a ação pastoral.” (MELO, 1996, p. 20).

Mesmo com toda a preparação e maneiras evangelizadoras que são utilizadas pela Igreja para permanência do fiel dentro da religião, é importante destacarmos que é a fé dos integrantes que faz com que eles continuem sendo participantes do Catolicismo ou de qualquer outra religião. Partindo desse pressuposto, é que mencionamos que a Igreja Católica, por meio da fé cristã e anúncio do Evangelho de Jesus Cristo, leva a efeito a evangelização.

⁴ Instituição da Igreja Católica que tinha por objetivo principal expandir o cristianismo.

⁵ A fé é um ato pessoal: a resposta livre do homem à iniciativa de Deus que se revela. Ela não é, porém, um ato isolado. Ninguém pode crer sozinho, assim como ninguém pode viver sozinho. Ninguém deu a fé a si mesmo, [...]. “Eu creio”: esta é a fé da Igreja, professada pessoalmente por todo crente, principalmente pelo batismo (CIC, 1949, p.p 166-167).



Diante dessas informações, podemos dizer que dentro da Igreja Católica Apostólica Romana existe um movimento religioso que é visto como auxiliar do Catolicismo na questão da evangelização. Movimento este que foi reconhecido como Renovação Carismática Católica.

Faz-se importante também dizermos que, por causa desse movimento, foi introduzido o pentecostalismo na Igreja Católica. Porém, é importante ressaltarmos que para os carismáticos essa forma de espiritualidade se deu desde o tempo dos apóstolos, no fato bíblico que relata a experiência do dia de Pentecostes no livro Atos dos Apóstolos (SILVA, 2011).

A origem da RCC se deu logo após o final do Concílio Vaticano II (1962-1965). Na ocasião, o papa João XXIII se refere a um novo pentecostes. Em 1966, Steve Clark e Ralph Martin, professores leigos da Universidade de Duquesne, nos Estados Unidos, participavam do movimento Cursilho⁶ de Cristandade. Esses homens foram à procura deste movimento de formação espiritual para dinamizar a fé, de forma generosa, pois seus engajamentos em outros movimentos litúrgicos, ecumênicos e apostólicos tinham os decepcionado (LAURENTIN, 1977).

Durante o período em que os dois professores permaneceram no movimento, leram os livros “A Cruz e o Punhal”, de David Wilkerson (pastor e fundador da igreja evangélica *Times Square* em Nova Iorque) e “Eles falam em outras línguas”, escrito por John Sherrill (jornalista norte-americano). Essas duas obras fizeram com que descobrissem o que para eles ainda faltava nos Cursilhos: a Bíblia Sagrada, o Espírito Santo e os carismas. Por algum tempo, o grupo se reencontrou para fazer momentos de oração profunda e recitar um antigo hino católico do Espírito o “*Vini Sante Spiritus*”, que significa “*Vem Espírito Criador*” (LAURENTIN, 1977).

A experiência vivenciada dentro do grupo de oração – composto, dessa vez, por quatro visitantes da universidade, entre eles, os dois professores – foi a do batismo do Espírito Santo, concedido, através da imposição das mãos colocadas pelas pessoas presentes naquela reunião. Segundo Laurentin (1977), passada uma semana, o professor Ralph Martin impõe as mãos sobre dois outros colegas de Duquesne. Eles “[...] fazem a mesma experiência, a da efusão interior do Espírito, e a da renovação sem revolução.” (LAURENTIN, 1977, p. 16).

⁶ Movimento nascido nas décadas de 1930 e 1940, na Espanha. Iniciativa da Juventude da Ação Católica Espanhola (JACE), da Diocese de Palma de Maiorca (Ilha de Maiorca). Os jovens promoviam peregrinações em santuários nacionais. Instituindo a obra dos Cursilhos, ou seja, eram pequenos cursos preparatórios para as peregrinações, ministrados pelos jovens católicos espanhóis.



Em fevereiro de 1967, a universidade organizava um retiro espiritual com trinta pessoas, entre elas, estudantes e professores que se reuniram para um fim de semana em Duquesne. Durante a hora prevista para o descanso, um casal de estudantes que já tinham ouvido falar sobre o batismo do Espírito, dirige-se discretamente a Ralph e pede que ele ore por eles. Na ocasião, os dois tiveram a mesma sensação que o professor já havia experimentado: eles “são tocados pela mesma conversão, e é ‘em línguas’⁷ o louvor deles a Deus.” (LAURENTIN, 1977, p.17).

Essa experiência foi difundida em outros locais dos Estados Unidos, surgindo assim a Renovação Carismática Católica (RCC). O movimento recebeu esse nome por causa da suposta renovação do Espírito e pelo uso dos carismas (dons) espirituais. Rapidamente a RCC foi se expandindo. Em 1975, já possuía de 2 a 4 milhões de participantes situados em todo o mundo, sendo um movimento composto, principalmente, por pessoas das classes alta e média dos países, tornando-se, depois, mais popular a todos os níveis sociais (LAURENTIN, 1977).

Porém, a Renovação Carismática Católica foi de encontro, na época, com outro movimento religioso: o da Teologia da Libertação, pois os dois não seguiam os mesmos direcionamentos. A RCC visava a um entrosamento junto com a Igreja, já a Teologia da Libertação buscava uma mobilização social (XAVIER, 2008). O autor ainda mostra de forma distinta algumas características dos dois movimentos, ele diz que a Teologia da Libertação vive a fé como prática, enfatiza a ação, busca a transformação social, dá importância à reflexão, faz a opção pelos pobres e está centrada no mundo. É ligada à igreja local e visa à renovação institucional da Igreja Católica.

Todavia, a Renovação Carismática vive a fé como experiência, dá ênfase na oração, busca a transformação pessoal, importa-se com o emocional, opta pelos “perdidos”, está centrada na Igreja, sendo ligada à Igreja Católica de forma universal e tem como visão a afirmação social da Igreja (XAVIER, 2008). Os movimentos pertenciam à mesma crença, o Catolicismo, mas possuíam fins diferenciados.

A RCC se espalhou rapidamente pelo mundo, chegando ao Brasil no final da década de 1960, trazida por padres jesuítas dos Estados Unidos. O país vivia as intensas consequências do golpe militar de 1964, no qual existia o combate entre militares e civis em busca da democratização social.

⁷ Oração feita por meio de sons emitidos, movidos por inspiração e que o Espírito Santo lhes dá o sentido. Não se trata de língua, no sentido que apresenta a linguística, porque não há conceitos humanos, mesmo desconhecidos. Consiste em dizer palavras sem conhecer-lhes o significado. Proferir palavras que não são, propriamente, manifestação de um pensamento formulado pela mente (MARIOTTI; LUNGNANI & SOUSA, p. 1).



Em meio a todas as contestações, a RCC ganhava espaço por quase todo o país, o primeiro lugar a ser instalada foi em Campinas no estado de São Paulo, pelos padres americanos Harold Joseph Rahm e o Eduardo Dougherty, que organizavam as execuções dos serviços carismáticos, que logo se desenvolveram. Depois da implantação em São Paulo, outros estados como Belo Horizonte e Paraná foram aderindo ao movimento carismático. Como afirma Volcan em sua tese:

Em 1973, perto de Miranda, no Mato Grosso, um pequeno grupo começou a ler o livro *Sereis Batizados no Espírito* e a rezar pedindo o dom do Espírito. Um mês mais tarde veio a eles o Pe. Clemente Krug, redentorista, que conhecera a Renovação em Convent Station, New Jersey; orando com eles, receberam o “batismo no Espírito” e o dom de línguas [...] (VOLCAN, 2003, p. 47).

Ainda na década de 1970, a RCC promove um encontro de um fim semana, visto que a expansão dos carismáticos crescia. Estavam reunidos aproximadamente 50 membros das lideranças dos grupos de oração para que pudessem ser discutidas as formas de organização do movimento e suas respectivas execuções. Esse encontro foi ministrado pelos padres Eduardo Dougherty e Haroldo Rahm e a freira Juliette Schuckenbrock. Esta reunião ficou conhecida como o I Congresso Nacional da Renovação Carismática Católica no Brasil e, em 1974, foi realizado o II Congresso Nacional, já com a participação de membros de diferentes estados brasileiros.

A RCC atingiu, primeiramente, pessoas que já pertenciam a outros movimentos religiosos, como os cursilhos e encontros da juventude. No início da história do movimento carismático, um livro, escrito em 1972, pelo padre Haroldo Rahm, com o título *O Pentecostalismo Católico*, foi usado como auxílio para a criação de novos grupos de oração. É importante ressaltarmos que a existência de um livro que já trazia os preceitos da RCC, demonstra que o movimento se mostrava preocupado com a comunicação, iniciando sua divulgação.

[...] o livro representou uma alavanca para a difusão da Renovação Carismática, do mesmo modo como o foi, nos EUA, o livro *A cruz e o punhal*. Além disso, tendo recebido o Imprimatur⁸ de Dom Antônio Maria Alves de Siqueira, bispo de Campinas na época, significou a legitimação da RCC. Pe. Haroldo foi o responsável em divulgar a Renovação para muitos dos que viriam a se tornar suas lideranças (*sic*). A adesão de Padre Jonas Abib, logo no início deu um grande impulso para a Renovação (XAVIER, 2008, p. 15).

A RCC se expandiu por todo o território nacional, vindo a ocupar espaços na mídia, como objeto de notícias ou como usuária dos meios de comunicação social.

⁸ Palavra latina que significa imprima-se, com a qual as autoridades eclesiais e antigos censores régios exprimiam autorização para poder imprimir-se qualquer obra (PRIBERAM, 2012). Acessado em 18 de junho de 2012.



Desde então, o movimento carismático pode ser encontrado em todos os estados e também no Distrito Federal. São 285 coordenações (arqui) diocesanas organizadas e cadastradas junto ao Escritório Nacional (VOLCAN, 2003).

Partindo dessas informações podemos dizer que a Igreja Católica inovou ao aceitar movimentos religiosos dentro de sua doutrina, além disso, observamos que RCC já possuía a ideia de trabalhar sua missão utilizando os meios de comunicação. Portanto debatemos em nosso próximo tópico a interatividade e as redes sociais dando-nos assim possibilidades de aprofundarmos mais a temática.

2 Interatividade ampliada e as Redes Sociais

A sociedade vem se adaptando com a amplitude de inovação que as tecnologias digitais oferecem. “O homem é um ser técnico por definição.” (LEMONS, 2008, p. 28). No começo da história humana, por exemplo, a maior descoberta do homem foi como fazer o fogo, os pré-históricos precisavam interagir com duas pedras, utilizando a técnica de bater uma pedra na outra para gerar calor e, a partir disso, produzir o fogo.

Com o passar dos tempos e com a própria evolução da humanidade, novas invenções foram apresentadas, adequando-se aos perfis da sociedade. No século XIX, mais precisamente em 1874, o professor de fisiologia vocal da Universidade de Boston (EUA), Alexander Graham Bell, viria modernizar as formas de interação na sociedade ao criar e patentear o primeiro telefone. Essa tecnologia passou a ser utilizada e inserida dentro do cotidiano da sociedade da época até os dias atuais. Ao se discar os números nas teclas e ao se ouvir a voz, acontece a interação que André Lemos (2008) explica como uma interação basicamente social. Porque quando se utiliza o telefone o que se quer é falar com o outro, gerar comunicação efetiva. Caso fosse o contrário, o autor classificaria como interação técnica.

Segundo André Lemos (2008, p. 112), interatividade é “uma nova forma de interação técnica, de cunho eletrônico-digital [...]”. Isso se dá, através do comportamento dos internautas mediado pelo computador, no qual ambos estão em constante ação. O sujeito necessita da máquina para que seu objetivo seja concretizado, isto é, o contato virtual para que as necessidades daquele momento sejam supridas.

É importante salientarmos que a interatividade acontece, a partir da interação técnica, quando o contato com o outro é virtual. É a partir da identificação do homem com a tecnologia digital que a possibilidade de realizar a interatividade



acontece. As tecnologias digitais e computacionais recebem por Lúcia Santaella (2003) o título de tecnologias da inteligência, pois elas podem moldar a sensibilidade e as mentes dos usuários e, assim, ampliar os modos dos internautas interagirem.

Há diferentes exemplos onde o usuário é interativo: jogos eletrônicos *on line*, através de um computador o jogador interage como “personagem” em busca de um objetivo: vencer a partida. Para que isso aconteça, geralmente ele precisa ultrapassar diferentes fases do jogo e agir com reciprocidade com o outro personagem virtual que não precisa estar necessariamente próximo. Na maioria das vezes, seu parceiro está em outro estado ou país, além disso, existem ocasiões que a própria máquina se torna o outro personagem do jogo, gerando uma interatividade homem-máquina.

Pierre Lévy (1999), em seu livro *Cibercultura*, apresenta diferentes tipos de interatividade, como o diálogo entre vários participantes; o diálogo da reciprocidade quando ele acontece apenas entre duas pessoas e a difusão unilateral que ocorre através das mídias (impressa, rádio, televisão e cinema). Mas, é interessante dizermos que o autor a considera como um problema, pois para Lévy a interatividade necessita de uma melhor observação e de avaliação dos modos de comunicação.

[...] Cada dispositivo de comunicação diz respeito a uma análise pormenorizada, por sua vez remete à necessidade de uma teoria da comunicação renovada, ou ao menos a uma cartografia fina dos mundos de comunicação. O estabelecimento dessa cartografia torna-se ainda mais urgente, já que as questões política, culturais, estéticas, econômicas, sociais, educativas e até mesmo epistemológicas de nosso tempo são, cada vez mais, condicionadas a confirmações de comunicação. A interatividade assinala muito mais um problema, a necessidade de um novo trabalho de observação, de concepção e de avaliação dos modos de comunicação, do que uma característica simples e unívoca atribuível a um sistema específico (LÉVY, 1999, p. 82).

Dentro dessa perspectiva pode-se dizer que a interatividade – que acontece, através das tecnologias digitais – possibilitou uma nova forma de relacionamento dentro da sociedade. Mas que necessita ser estudada a fundo. Partindo disso a internet, atualmente é uma das responsáveis por realizar uma maior interatividade, pois permite o contato virtual entre os usuários, a partir das formas de comunicação mediada pelo computador. Segundo Silvia Coelho (2009), com o surgimento da internet, a sociedade se tornou um pouco mais visível por possibilitar àqueles que utilizam a rede mundial de computadores a expressarem seus pontos de vista com certa liberdade de pensamento, ampliando essa interação técnica.



Diante de todas as discussões apresentadas aqui, entende-se que a interatividade pode ser “vivenciada” de diversas formas, por diferentes tecnologias digitais (particularmente a internet), além dos meios de comunicação tradicionais. Ela acontece pelo contato virtual e não através do contato físico.

Partindo dessas colocações também podemos citar as redes sociais como as mais recentes formas de interatividade proporcionada pela internet, entre elas os sites, *Twitter* e *Facebook* que ganharam uma grande aceitação e destaque entre os usuários da rede.

Porém é importante dizermos que rede social existe desde que o homem vive em sociedade, mas a diferença para atuais redes sociais na internet é o aumento da interatividade. Isto é, pessoas conectadas, interagindo por decisão própria. Para que se crie uma rede social, é preciso existir o estabelecimento das relações de interesses, informações, compartilhamento, reconhecimento de trabalhos (TOMAÉ, ALCARÁ e CHIARA, 2005). O ser humano na sociedade precisa manter vínculos, ligações, através de suas ações e competências para se ter um bom convívio e assim gerar uma rede.

Essa rede também se dá, através das relações que acontecem desde o vínculo familiar, seguido da escola, trabalho, amizades. A partir de suas formas de comportamento, o indivíduo vai expandindo a sua rede conforme a realidade social em que está inserido. “[...] A própria natureza humana nos liga a outras pessoas e estrutura a sociedade em rede.” (TOMAÉ, ALCARÁ e CHIARA, 2005, p. 93).

Na internet, não acontece diferente. As redes mediadas por computadores são formadas por pessoas que interagem, compartilham, trocam informações sobre aquilo que de fato para eles são assuntos ou experiências interessantes. Essa nova forma de comunicação não apenas deixa conectados os computadores, mas também pessoas.

Dentro da rede social os participantes são reconhecidos como atores, além disso, elas são formadas por laços sociais, pois acontecem através da interação entre os participantes. É importante ressaltarmos que os atores são representados pelo “nó” (um ponto de acesso) das conexões como nos explica Raquel Recuero (2009, p. 25).

[...] Um ator, assim, pode ser representado por um *weblog*, por um *fotolog*, por um *twitter* ou mesmo por um perfil no Orkut. E, mesmo assim, essas ferramentas podem apresentar um único nó (como um *weblog*, por exemplo) que é mantido por vários atores (um grupo de atores do mesmo *blog* coletivo).

Entende-se que a rede social na qual o ator está conectado significa um nó, independente de quantos usuários ela possua. Por exemplo, no *Facebook* os



participantes são identificados por seus perfis, mas para que eles tenham acesso é preciso ter login e senha, a partir disso, o internauta consegue usar o seu perfil e provavelmente irá interagir com outra pessoa. Os dois estarão no mesmo nó, mas em perfis diferentes.

É interessante dizermos que essa maneira de se comunicar na internet está ganhando cada vez mais espaço, adquirindo mais adeptos, com identificações e objetivos semelhantes. Existem aqueles que procuram partilhar seus conhecimentos e outros que apenas querem fazer sua rede de relacionamento (RECUERO, 2009). Com isso, os atores criam uma rede onde participam seus amigos, familiares, clientes, podendo também ocorrer de alguém conhecido dos contatos vir fazer parte dessa rede.

Dessa maneira, entendemos que as redes sociais “são ambientes que possibilitam a formação de grupos de interesses que interagem por meio de relacionamentos comuns.” (TOMAÉ, ALCARÁ e CHIARA, 2005, p. 96). O *Twitter* e *Facebook* são exemplos disso.

[...] Sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet. [...] seriam uma categoria do grupo de softwares sociais, que seriam softwares com aplicação direta para a comunicação mediada por computador [...] (RECUERO, 2009, p. 102).

Partindo desses conceitos, dizemos que até recentemente este era um campo pouco desenvolvido no Brasil, mas com o decorrer dos anos, houve um crescimento significativo do número de pessoas que acessam a internet (LEMOS, 2008). Isso facilitou a entrada dos brasileiros nas redes cibernéticas.

As redes sociais constituem um espaço, no qual a interação entre as pessoas permite a construção coletiva, a mútua colaboração, a transformação e o compartilhamento de ideias em torno de interesses mútuos dos atores sociais que a compõe [...]. No Brasil, a internet tem modificado profundamente os hábitos culturais de seus cidadãos, as redes sociais de relacionamentos nela apoiadas têm ganhado cada vez mais adeptos [...] (BARBOSA, CAPPI e TAVARES, 2010, p. 52).

Ainda de acordo com estes autores, a pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil realizada pelo Comitê Gestor da Internet do país, divulgada no ano de 2010, diz que as regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste possuem cerca de 43% a 45% dos usuários. Isso significa o maior percentual de internautas no país, porém, as regiões Norte e Nordeste representam os maiores percentuais de internautas que acessam as redes sociais; possuem entre 71% e 80% de pessoas conectadas a esses *sites*. Ressaltamos que atualmente no Brasil existe o grande uso das



redes sociais *Twitter* e *Facebook*, que são usufruídas na maioria das vezes como forma de entretenimento, pois possuem o diferencial nos aplicativos, tornando-se mais fáceis de usar.

Diante dessa discussão analisamos em nosso próximo tópico as mensagens postadas no *Twitter* e no *Facebook* antes, durante e depois do evento *Hallel Som e Vida Fortaleza* no ano de 2010 e o início da divulgação do evento no ano de 2011, festa essa realizada pela Renovação Carismática Católica da capital cearense.

3 Hallel Som e Vida nas redes sociais

Em 1988, a RCC realizou o primeiro *Hallel* em Franca (São Paulo) como contraponto a um grande evento do Brasil, o *Hollywood Rock*. A festa carismática ocorre durante três dias. O *Hallel* é dividido em módulos: tendas com uma programação simultânea durante o dia; como cursos formativos sobre temas da doutrina católica, *workshops*, apresentações artísticas e culturais etc. Já à noite, acontecem *shows* com bandas católicas de diferentes ritmos.

De acordo com Rayme Cavalcante⁹, coordenador geral do movimento carismático na arquidiocese de Fortaleza, a RCC da capital cearense sentiu a necessidade de realizar um evento que também fosse voltado para o anúncio do evangelho de Jesus Cristo, ou seja, a evangelização da juventude e das pessoas da cidade. A partir disso, a coordenação da RCC de Fortaleza promoveu pelos anos consecutivos de 2009 e 2010 o *Hallel Som e Vida*¹⁰, que teve como principal atrativo a música gospel.

O movimento realizava o evento sempre nos dias em que acontecia também outro evento na capital cearense, o Ceará Music. Segundo Rayme Cavalcante, isto era feito para que os jovens e fiéis católicos pudessem ter alguma opção de divertimento cristão durante esse período.

A divulgação do evento pelo *Twitter* iniciou quatro dias antes de acontecer o *Hallel*; a festa carismática começou dia 15 de outubro de 2010 e sua divulgação em 11 de outubro. Foi possível observarmos que a maioria das mensagens postadas era para informação do que ia acontecer no evento e algumas modificações, como por exemplo, mudanças na programação e horários dos *shows*. Durante esse período analisamos o conteúdo de 24 mensagens. Observamos que durante a realização do evento, as

⁹ Informações obtidas em entrevista com Rayme Cavalcante, coordenador da RCC de Fortaleza, concedida em 21 de maio de 2012.

¹⁰ A palavra *Hallel* vem do aramaico e significa cântico de louvor a Deus.



mensagens de divulgação continuavam a ser postadas na rede. Nesse tempo verificamos sete mensagens.

De acordo com Gleison Santana¹¹, o coordenador do Ministério de Comunicação Social (MCS), a RCC de Fortaleza está inovando as formas de comunicar ao utilizar a rede mundial de computadores. Porém, durante a realização do *Hallel*, a equipe de comunicação usou apenas internet móvel cuja tecnologia não permitiu que eles acompanhassem a velocidade da rede e nem usassem todas as ferramentas que o *Twitter* oferecia.

Podemos dizer que a divulgação do evento deu-se até o último dia de realização do *Hallel*. Durante o evento, foi possível observarmos que um dos objetivos da equipe de comunicação era utilizar a rede no intuito de atrair o público e em prol daqueles que não poderiam estar presentes como participantes do *Hallel*.

Já a divulgação do *Hallel* no *Facebook* deu-se somente no ano de 2011 e apenas durante meses quando a RCC de Fortaleza estava preparando o evento. A equipe de comunicação utilizou a ferramenta por aproximadamente 26 dias, as mensagens se dividiram em interativas, sendo estas a maioria, em opinativas e informativas.

De acordo com Gleison Santana, a escolha de usar a rede social *Facebook* se deu porque essa rede se tornou uma ferramenta de fácil acesso para as pessoas, o que possibilitou uma maior interatividade com o público alvo do *Hallel Fortaleza*.

É importante ressaltarmos que essa divulgação aconteceu de forma mais intensa no evento que viria a antecipar o *Hallel*, nomeado de “*Pré-Hallel*”, durante o evento foi postado mensagens de oração e convites para que as pessoas pudessem se fazer presentes no *Hallel Som e Vida Fortaleza*.

Observamos que durante esse período de divulgação na rede *Facebook* o número de internautas crescia diariamente, a equipe de comunicação por algumas vezes utilizou *slogans*, porém haviam poucos comentários escritos abaixo dos textos postados.

Como o *Hallel Fortaleza* não aconteceu no ano de 2011, notamos que o maior número de comentários, ou seja, a interatividade entre os usuários da rede *Facebook* deu-se no *post* que divulgava a nota de esclarecimento sobre o cancelamento do evento. No qual os internautas exprimiram suas opiniões sobre a decisão do conselho arquidiocesano da Renovação Carismática Católica de Fortaleza.

¹¹ Entrevista com Gleison Santana, coordenador do ministério de comunicação social, concedida em 21 de maio de 2012.



Contudo, na rede *Twitter* percebemos que antes da realização do evento as mensagens eram basicamente interativas. No período de quatro dias, apenas duas mensagens informativas foram postadas, durante o evento três mensagens eram de caráter interativo, outras quatro informativas e durante o evento apenas uma mensagem era opinativa, depois da festa carismática observamos que houve um maior número de menções, na qual as mensagens se dividiam em agradecimentos por parte dos organizadores, do público que opinava sobre o evento e em respostas a dúvidas dos participantes.

Analisamos ao todo 23 mensagens na rede Facebook que basicamente tratavam da divulgação do evento e que tiveram de forma geral apenas cinco comentários, foi possível observar que nenhuma dessas mensagens foi compartilhada. A divulgação aconteceu somente, através do *Facebook* do *Hallel* Fortaleza, não havendo a participação dos internautas que são “amigos” da festa carismática.

Considerações Finais

A Igreja Católica Apostólica Romana de um modo em geral inovou suas estratégias de tentativa para evangelizar os fiéis, acompanhando os avanços tecnológicos da sociedade. Foi, ainda, possível observarmos a aceitação do Catolicismo em relação à internet e, especialmente, o uso das redes sociais pelo movimento da Renovação Carismática Católica, tendo como foco o *Hallel Som e Vida Fortaleza*.

Com base em nossa análise, podemos considerar que as duas redes sociais foram utilizadas muito mais como ferramentas de divulgação da festa carismática do que como instrumentos de evangelização. Pois foram minorias as mensagens que se remetiam diretamente a Deus. Também podemos dizer que a divulgação do evento nas duas redes, foi realizada, a partir de mensagens que na maioria das vezes eram apenas informativas, não possibilitando uma interatividade ampliada entre os fiéis conectados aos perfis da RCC/Hallel nessas redes sociais.

De todo modo, ficamos na expectativa de ter contribuído para as pesquisas na área, como também ter cooperado com o movimento carismático; e de forma destacada com a equipe de comunicação social da RCC na capital cearense. Finalizamos, pois, o nosso trabalho sinalizando o interesse em prosseguir com pesquisas que aprofundem a discussão sobre mídia e religião, tendo como objeto a Renovação Carismática Católica.



Referências

- AZZI, R. Catolicismo popular e autoridade eclesiástica na evolução histórica do Brasil, São Paulo. In. **Revista Religião e Sociedade**, n° 1, 1977.
- BARBOSA, A.; CAPPI, J.; TAVARES, R. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil. In: **Redes Sociais: revolução cultural na internet**. São Paulo, p.p 51-57, 2010.
- CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. São Paulo: Loyola, p.p 166- 167, 2000.
- COELHO, S. R. S. Imagens e Sentidos na comunicação contemporânea. In. **Tecnocracia na contemporaneidade: A interatividade das mídias digitais de comunicação como fator de transformação da sociedade democrática**. Brasília: Casa das Musas, 2009.
- LAURENTIN, R. **Pentecostalismo entre os Católicos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1977.
- LEMOES, A. **Cibercultura**, tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 4° edição, Porto Alegre: Sulina, 2008.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.
- MARIOTTI, A. D.; LUNGNANI, A. C. S., RONALDO, J. **Carismas**. Pelotas: RCC Brasil, 2011.
- MELO, A. A.. **A evangelização no Brasil dimensões teológicas e desafios pastorais**. O Debate teológico e eclesial (1952-1995). Roma, Universidade Gregoriana, 1996.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SANCHES, R. F. **Apostila Teologia da Evangelização**. Disponível em: <www.teologiaemissao.com.br>. Acesso: 10/12/2011.
- SANTAELLA, L.. Das culturas das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. In. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n° 22, dezembro 2003.
- SILVA, D. P. **A identidade da Renovação Carismática Católica**. Pelotas: RCC Brasil, 2011.
- TOMÁÉ, M. I.; ALCARÁ, A. R. ; CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação, Brasília. In. **Revista Ciência da informação**, v.34, n° 2, p.p 93-104, 2005.
- VOLCAN, M. D. **Renovação Carismática Católica: uma leitura teológica e pastoral**. 2003, 144 f. Dissertação (Mestrado em teologia), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.
- XAVIER, R. N. **A Renovação Carismática na Arquidiocese de Fortaleza: desafios e possibilidades**. 2008. 59 f. Monografia – Curso de licenciatura em ciência da religião- Instituto de Ciências Religiosas. Fortaleza, CE, 2008.