

## Um boteco católico na internet: facetas da mídiação da religião no blog *O Catequista*<sup>1</sup> A catholic bar on the internet: mediatization faces of religion on the blog *O Catequista*

Ana Cássia Pandolfo Flores<sup>2</sup>  
Sandra Rubia da Silva<sup>3</sup>

### Resumo:

O artigo objetiva analisar a mídiação da religião na internet buscando compreender o papel do fiel ao apropriar-se de discursos sobre a Igreja Católica. Para tanto, desenvolve um estudo do blog católico *O Catequista*. A abordagem leva em conta a visão dos agentes sociais a respeito de suas próprias práticas. Por isso, além da análise do blog em si, foram realizadas entrevistas por e-mail com os responsáveis pela iniciativa. Os resultados apontam para uma atuação do fiel na internet marcada pela busca por referências explícitas nos campos sociais que movimenta, gerando experimentações e ressignificações do catolicismo que parecem sinalizar um processo de consumo criativo que visa decodificar e conferir sentido às mensagens religiosas disponíveis na rede.

### Palavras-chave:

Mídiação da religião; Consumo; Internet; Católicos.

### Abstract:

This article analyses the mediatization of religion on the Internet and intends to understand the role of the devout when engaging in conversations about the Catholic Church. In order to do this, it studies the Catholic blog *O Catequista*. Its approach takes into account the views of social actors considering their own actions. As well as analysis of the blog, interviews were conducted by email with those responsible for its content. The results suggest that the actions of the devout people on the Internet are marked by the search for explicit references in the social field where the person participates, generating attempts and reinterpretation of Catholicism that seems to highlight a creative process of consumption, aiming to decode and make sense to the religious messages available on the network.

### Keywords:

Mediatization of religion; Consumption; Internet; Catholics.

---

1 Versão revisada do trabalho apresentado preliminarmente no 4º Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, realizado nos dias 08, 09 e 10 de outubro de 2014 na ESPM/SP.

2 Graduação em Relações Públicas (2007), Mestrado em Comunicação (2010) e Doutorado em Comunicação em andamento, todos os cursos pela Universidade Federal de Santa Maria. Bolsista Capes.

3 Doutora em Antropologia pela UFSC (2010), Professora do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFSM.

## Introdução

O estudo sobre a relação entre mídia e religião tem ganhado fôlego e novos matizes com a consolidação de novas práticas comunicacionais, novas tecnologias e com novos personagens, como o papa Francisco que, desde o início do seu pontificado em março de 2013, tem mostrado uma forte presença midiática através de declarações e frases de efeito que mobilizam a imprensa internacional e os sites de redes sociais. Além do papa e de outras autoridades e lideranças, observa-se também o envolvimento cada vez mais ativo de pessoas comuns na mobilização sobre assuntos de fé, principalmente em plataformas digitais. Com o objetivo de compreender o papel do fiel no processo de midiatização da religião na internet, este artigo, que faz parte de uma pesquisa de doutorado em andamento, traz como foco a atuação voluntária de fiéis católicos em um blog sobre religião.

No processo de midiatização (SODRÉ, 2002), o religioso não apenas transfere suas práticas do ambiente histórico-real para o digital, mas assume para si a lógica e as operações da mídia a ponto de dar origem a uma cultura religiosa midiatizada formada na convergência entre religião e as mídias no popular, no entretenimento e em novas culturas por meio da televisão, dos filmes, da publicidade, da música e das mídias digitais (HOOVER, 2014, p. 51).

Na vivência dessa nova modalidade de experiência religiosa, o vínculo entre os indivíduos e a instituição é construído na interface digital. Em ambientes como sites e portais mantidos por entidades ligadas à hierarquia da Igreja Católica (paróquias, congregações, comunidades, santuários), o fiel é constantemente interpelado a praticar a sua fé com cliques e comentários que movimentam os conteúdos religiosos ali ofertados (SBARDELOTTO, 2012). Já em contextos como blogs e sites de redes sociais, os fiéis podem apropriar-se do sistema e formatarem, eles mesmos, suas próprias ofertas de conteúdo católico, assim como interagirem entre si e oferecerem novos sentidos e significados às mensagens.

Ao encabeçarem iniciativas on-line que promovem, divulgam, comentam e discutem conteúdos referentes à doutrina, à tradição e à atuação da Igreja Católica, os fiéis podem adquirir uma postura de protagonismo em relação à midiatização da religião. A partir do posicionamento e do interesse de cada iniciativa, os conteúdos da fé são modificados, ganhando ressignificações em forma de texto, som e imagem. Assim, emergem na internet discursos institucionais sobre a Igreja Católica marcados pela heterogeneidade, pelo fluxo e pela descontinuidade.

Ao protagonizarem tais iniciativas na rede, os fiéis evidenciam uma visão sobre o seu papel no mundo contemporâneo marcado pelas novas potencialidades

trazidas pelas tecnologias digitais e pela internet. Buscando compreender como se dá essa atuação, o artigo desenvolve um estudo do blog católico *O Catequista*<sup>4</sup> por meio de análise exploratória do blog em si e de entrevistas realizadas por e-mail com os blogueiros.

### **Midiatização e consumo da religião na internet**

Entende-se o fenômeno da midiatização da religião no qual a mídia pode ser simultaneamente: “fonte de religião e espiritualidade, indicador da mudança religiosa e espiritual e estar articulada com as tendências religiosas e espirituais, mudando a religião mediante essas interações e sendo mudada por essa relação” (HOOVER, 2008, p. 4). A mídia passa a ser lugar de experiência religiosa e a formatar as ofertas de fé através de estratégias desenvolvidas pelas instituições, mas que são atravessadas por lógicas e operações midiáticas. Assim, o que se encontra tanto nos meios de comunicação massivos como na internet são iniciativas que oportunizam uma vivência religiosa modificada e que precisa da mídia para ser inteligível.

As modificações nas relações de autoridade e reconhecimento nas instituições religiosas são uma das consequências mais evidentes da midiatização da religião. Hoover (2008) afirma que, na ambiência midiatizada, instituições e autoridades clericais são menos importantes na determinação das crenças ou do modo como as pessoas vivem, evidenciando uma religião que é cada vez mais individual e fruto de escolhas pessoais. Por sua vez, Hjarvard (2008) também faz semelhante constatação, mas ressalta que a perda de autoridade das religiões institucionalizadas se dá para a própria mídia que passa a desempenhar papéis que antes eram específicos do campo religioso como orientação espiritual e moral, além do sentido de comunidade. E explica:

no caso da religião, tanto como canal, linguagem e ambiente, a mídia facilita mudanças na quantidade, conteúdo e direção das mensagens religiosas na sociedade, ao mesmo tempo em que transforma as representações e desafia a subsistência das autoridades religiosas institucionalizadas. (HJARVARD, 2008, p. 5).

Entretanto, isso não significa que o desafio posto para as autoridades religiosas seja dado apenas pela contestação direta aos sistemas hierárquicos. É relevante perceber que as modificações trazidas pelos fluxos midiáticos podem impactar a

---

4 Disponível em: <<http://www.catequista.com.br>>. Acesso em: 01/02/2015.

fé de forma muito mais abrangente. Assim, mesmo os projetos católico-midiáticos marcados pela presença de padres e religiosos ou por discursos que referenciam fortemente a tradição e a doutrina também estão inseridos em novos regimes de autoridade por possibilitarem novas formas de vivência da religião. Como exemplo disso, pode-se pensar nos estudos sobre as dinâmicas e lógicas internas das diferentes plataformas de redes sociais. Sobre isso, Recuero (2012, p. 1) afirma que nos sites de redes sociais os indivíduos, coletivamente e de forma emergente, constroem, delimitam e influenciam a mensagem ali propagada ao elencarem e filtrarem as informações. Dessa forma, pelo fato da mensagem religiosa disponível na web ser construída, delimitada, influenciada pela atuação dos fiéis na internet ela já não é exatamente a mesma mensagem proclamada em um ambiente off-line, pois a mídia não é um mero canal de distribuição de conteúdo, mas uma ambiência com suas lógicas próprias de produção de sentido e sugestões de conduta.

Ao buscar pensar o cristianismo com uma abordagem que atente para aquilo que é próprio da internet, seus serviços e desserviços, Spadaro (2012, p. 40) objetiva refletir sobre a “pensabilidade da fé à luz da lógica da rede”. A proposta apresentada por ele é de que a rede acarreta uma possível mudança radical na percepção da demanda religiosa na contemporaneidade. Nessa lógica da rede, os conteúdos orbitam em torno dos indivíduos de uma forma totalmente funcional e voltada para eles. Com isso, as pessoas estão cada vez mais habituadas a estarem disponíveis para receber conteúdo sem precisar buscá-lo:

o problema, hoje, não é localizar a mensagem de sentido, mas decodificá-la, reconhecê-la com base nas múltiplas respostas que são recebidas [...]. Começa a se impor o clássico mecanismo da publicidade que oferece respostas a perguntas que ainda não foram formuladas. A pergunta religiosa na verdade está se transformando num confronto entre respostas plausíveis e subjetivamente significativas. (SPADARO, 2012, p. 50).

Mais que simplesmente uma mudança na dinâmica de distribuição da mensagem religiosa, o autor chega a afirmar que a rede modifica a própria capacidade do homem de buscar Deus. Do comportamento comparado ao da bússola, que possui um ponto de referência fixo e aponta sempre para uma mesma direção, ou do radar, que procura revelar e determinar posições de objetos definidos, o homem passou a buscar Deus com uma postura comparada ao de um decodificador. Ou seja, não se busca nem respostas predefinidas, nem sinais definidos que apontam para essas respostas. A busca é simplesmente pela capacidade de estar acessível para receber respostas, mesmo sem procurá-las. O elemento fundamental se torna, então, a capacidade de decodificar a mensagem, de reconhecê-la como importante e significativa diante da

grande variedade de mensagens que se recebe. (SPADARO, 2012, p. 49-52).

Tais considerações parecem fornecer pistas para o entendimento do consumo de mensagens religiosas no contexto da rede, já que, segundo Barbosa e Campbell (2006), o estudo do consumo passou a dizer respeito também ao uso, fruição e ressignificação de bens e serviços e não só ao esgotamento de bens materiais. Essa ampliação no entendimento do consumo e a aplicação do conceito a esferas em que antes sua presença não era percebida ou até sofria de desqualificação, como a religião, confere a esse conceito função e importância de um dos mais relevantes mecanismos de reprodução social do mundo contemporâneo (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 24).

O consumo deixa de ser entendido apenas como uma etapa subsequente da produção e passa a ser visto como uma instância criativa que gera apropriações e ressignificações como postula De Certeau:

Na realidade, diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, posta-se uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada como 'consumo', que tem como característica suas astúcias, seu esfarelamento em conformidade com as ocasiões, suas piratarias, sua clandestinidade, seu murmúrio incansável, em suma, uma quase invisibilidade, pois ela quase não se faz notar por produtos próprios (onde teria o seu lugar?), mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos. (DE CERTEAU, 2013, p. 88).

Na busca por um consumo que se constitua em uma decodificação significativa das mensagens religiosas recebidas o que se observa são fiéis produzindo por conta própria o conteúdo religioso na internet. Em contextos de blogs e sites de redes sociais, parece que os fiéis podem encontrar o espaço sobre o qual De Certeau se questiona para compartilhar seu consumo através de apropriações de linguagem e de abordagens dadas às temáticas religiosas. Como exemplo, pode-se considerar o uso de memes<sup>5</sup>, *hashtags*<sup>6</sup> e demais jargões populares na internet que conferem ares de leveza e descontração aos assuntos de fé. Além disso, a escolha das temáticas e o estilo em que a argumentação é desenvolvida também podem indicar intencionalidades que ajudam a entender o consumo criativo do fiel encontrado hoje na rede.

Dessa forma, pretende-se atentar para as complexidades apresentadas pela atuação do blog *O Catequista* que discute assuntos relativos ao catolicismo e constrói análises e posicionamentos sobre temas atuais variados, entendendo o protagonismo do fiel como uma forma de consumo midiático que busca decodificar e conferir

<sup>5</sup> A ideia de meme como um pensamento que é replicado e espalha-se como um vírus tem como base a obra de Richard Dawkins (2006). Na internet, memes são mensagens visuais e emotivas que se espalham rapidamente e podem ter seu significado modificado por diferentes apropriações.

<sup>6</sup> *Hashtags* são palavras-chave do assunto em questão que, quando grafadas antecedida pelo símbolo #, viram hiperlinks dentro da rede, indexáveis pelos mecanismos de busca.

sentido às mensagens religiosas disponíveis na rede.

### **Cultura da participação como atuação criativa do fiel**

É no território recombinate (LEMOS, 2010), convergente e participativo (JENKINS, 2009) das mídias pós-massivas, oportunizado pela liberação do polo de emissão e pelas facilidades de compartilhamento e construção coletiva da web 2.0, que se localiza a atuação do fiel na internet. Nesse cenário, observam-se transformações na forma de relacionamento dos sujeitos com a mídia e seus conteúdos nas quais as distinções e polarizações entre emissores e receptores ou produtores e consumidores são cada vez menos possíveis.

Contribuições importantes sobre tais questões são desenvolvidas por Jenkins (2009), ao analisar a cultura popular e comportamento de grupos de fãs na atualidade. O autor ressalta a mudança na dinâmica do consumo cultural e midiático que deixa de ser uma experiência apenas individual e personalizada e passa cada vez mais a ser uma prática interligada em rede. Ou seja, com a internet são possibilitadas novas formas de colaboração e participação que oportunizam aos consumidores reescrever e re-criar a cultura midiática a partir da reunião de informações e percepções e da mobilização de interesses comuns que garantem a circulação mais ampla e diversificada de mensagens e conteúdos relevantes para grupos que partilham dos mesmos interesses e que, normalmente, não têm suas demandas contempladas com as pautas e produções da mídia tradicional. Essa postura ativa cria comunidades com grande nível de engajamento e chega a adquirir feições de militância e contestação ao questionar e colocar em xeque o lugar estabelecido de produtores e conglomerados midiáticos na gerência de histórias, personagens, trilógias, séries e outros produtos de cultura popular.

Entretanto, o objetivo desse artigo não é fazer uma relação direta entre fãs e fiéis, mas contextualizar a atuação do fiel na internet dentro dessa perspectiva de cultura da participação. Isso porque, da mesma forma que acontece com os produtores e consumidores de bens culturais midiáticos, na maioria das religiões a autoridade está intimamente ligada com questões de autoria dos textos sagrados, o que, de certa forma, faz com que as hierarquias institucionais se insinuem como parte da produção do texto colocando a pessoa leiga no papel de consumidor (MILLER; SLATER, 2000, p. 179). Contudo, a internet possibilita a porosidade entre esses dois polos. Tal questão é ilustrada por Miller e Slater (2000) em seus estudos etnográficos realizados em Trinidad. Ao observarem a religião católica, os pesquisadores notaram



que o uso da internet pelos fiéis proporcionava o crescimento da autoridade de níveis intermediários da hierarquia que passavam a ter acesso direto a conteúdos religiosos, sem as mediações de padres e bispos. Segundo o relato dos pesquisadores, esse maior debate e compartilhamento de informações oportunizados pela internet possibilitava que católicos de Trinidad e de outros países próximos cogitassem a construção de uma teologia própria das ilhas caribenhas. Ou seja, nesse projeto de teologia caribenha construída em rede, a autoria seria compartilhada entre leigos e membros da hierarquia. Frente às possibilidades de participação digital e entendendo o consumo como uma instância criativa, tanto fãs quanto fiéis impactam o lugar estabelecido dos produtores de conteúdo com suas atuações na internet.

Diante disso, a aproximação feita aqui será apenas em relação às apropriações utilizadas naqueles casos chamados por Jenkins de “diversão séria” (2009, p. 363), em que paródias e brincadeiras produzidas por pessoas comuns e publicadas na web servem de ponto de partida para fomentar discussões sobre assuntos políticos e sociais e que, no caso da religião, também é entendida como prática de consumo midiático que visa decodificar significativamente as mensagens religiosas disponíveis na web. Como exemplo, pode-se considerar os memes utilizados pelo blog *O Catequista* para colocar em pauta discussões sobre doutrina e moral católicas.

Fig. 1 - Montagem com dois memes de *O Catequista*.



Fonte: *O Catequista*<sup>7</sup>

Esse tipo de atuação digital usa as gramáticas midiáticas como forma pedagógica para colocar assuntos de seu interesse em debate, buscando alternativas para atender seus próprios anseios de informação e conteúdo. Quer dizer, a utilização de paródias e outros recursos que conferem leveza e descontração às temáticas sérias como política e religião pode ser recurso retórico para deixar tais conteúdos mais atrativos, já que discursos de especialistas tendem a ser formais e herméticos possuindo, assim, audiência mais restrita.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.catequista.com.br>>. Acesso em: 20/05/2015.

Jenkins (2009, p. 51) também ressalta que, em algumas ocasiões, a cultura popular e as informações compartilhadas por pessoas comuns na internet são mais esclarecedoras e relevantes que as notícias veiculadas nos grandes noticiários ou pelo discurso público. Nesse sentido, entende-se que o conteúdo sobre a Igreja Católica gerado pelos fiéis de forma independente na internet, por estar mais atento aos debates em ascensão na rede e às questões que emergem do cotidiano, pode atender melhor às necessidades de informação e orientação dos católicos que o produzido por fontes oficiais.

Tais características da cultura da participação são entendidas por Sbardelotto (2014, p.165) como uma reconstrução do religioso por parte do internauta comum que faz experimentações em relação às práticas e significações sociais sobre o catolicismo. Nesse sentido, o autor ressalta que o fiel, ao construir ofertas de fé através de conexões na rede e escolhas pessoais, ressignifica a aparente homogeneidade religiosa da Igreja Católica ao fazer reconstruções plurais, porosas e fragmentadas do catolicismo.

Hoover (2014), ao atentar para os impactos dessas reapropriações nas dinâmicas das religiões, chega a afirmar que eles são capazes de gerar a relativização:

A vastidão das mídias digitais tem importantes implicações para a relativização da religião. A própria variedade de tais mídias significa que as vozes singulares que representam a doutrina e a tradição religiosa agora enfrentam uma infinidade de outras fontes de conhecimento, significado e defesa religiosa e espiritual. Na medida em que tais vozes são discursos dentro de amplas categorias (cristãos, muçulmanos, nova era, wicca, etc.), elas também têm o potencial de refazer essas tradições. Seria demais sugerir que novas reformas estejam a caminho, mas é quase inevitável que essas tendências desafiem tradições religiosas. (HOOVER, 2014, p. 62).

Assim, mesmo que o fiel mobilize a doutrina e a tradição da Igreja na sua atuação na internet, ele possui liberdade de escolha para se reportar a uma tradição instituída e para fazer vínculos entre suas necessidades pessoais e o arcabouço disponibilizado por esses documentos, normas e regras. Tal compreensão parece sinalizar a intrincada relação entre a atuação do fiel e as questões referentes à autoridade na mediatização da religião na internet, já que mesmo quando os fiéis buscam trazer referências explícitas de seus argumentos em documentos oficiais da doutrina católica, tais iniciativas acabam gerando ressignificações.

### **A atuação do fiel em O Catequista**

Com o objetivo de compreender como se dá a atuação do fiel na internet,



foi realizada análise exploratória do blog *O Catequista* e entrevistas realizadas por e-mail com o casal responsável pelo projeto. Criado em agosto de 2011 por um casal de catequistas cariocas, com o apoio de outros dois colaboradores voluntários, o blog *O Catequista* apresenta como proposta uma abordagem descontraída das temáticas de fé e da discussão de assuntos atuais, utilizando-se largamente de recursos próprios da linguagem da rede como memes, *hashtags*, ilustrações, imagens, áudios e vídeos.

Fig. 2 - Página inicial do blog



Fonte: *O Catequista*<sup>8</sup>

Além do blog, *O Catequista* também gera conteúdo para perfis homônimos no Facebook, Twitter e Youtube. A escolha do blog *O Catequista* para este estudo se justifica, primeiramente, por ser uma iniciativa criada e mantida por fiéis, sem nenhum tipo de vinculação com sites e portais de paróquias, dioceses, congregações, movimentos, pastorais, comunidades ou qualquer outra organização ligada à estrutura hierárquica da Igreja Católica. Além disso, a aparente popularidade do blog também é um fator que justifica o seu estudo. Tal dado pode ser inferido através dos mais de 200 mil fãs do seu perfil no Facebook e pelo primeiro lugar em voto popular da categoria religião do Prêmio TopBlog<sup>9</sup> 2013.

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://www.catequista.com.br>>. Acesso em: 12/05/2015.

<sup>9</sup> O Prêmio TopBlog é um sistema criado no ano de 2008 pela Inserre Comunicação Web Ltda, destinado a reconhecer e premiar, mediante a votação popular (Internauta), e acadêmica (Júri acadêmico), os blogs brasileiros mais populares, com melhor apresentação técnica específica a cada grupo (Pessoal e

Como o nome do blog deixa transparecer, o impulso para o início da iniciativa possui estreita relação com a função já desempenhada pelo casal<sup>10</sup> na catequese de jovens e adultos nas Paróquias Nossa Senhora de Copacabana e Santa Rosa de Lima no Rio de Janeiro/RJ. Nesse contexto, a internet aparece como solução para as limitações de tempo e espaço da catequese:

A ideia era levar para o blog as discussões sobre questões polêmicas que saíam na imprensa e tomavam muito tempo dos encontros. Assim que anunciei a criação do blog na turma, dois crismandos se ofereceram para ajudar: um designer e um historiador. E essa é a nossa equipe até hoje. A motivação central para estar na internet é a mesma motivação que me faz passar três horas todos os domingos na paróquia há 13 anos: catequizar as pessoas. Uma coisa que me incomoda desde o início é que um percentual muito baixo dos católicos é realmente catequizado e entende tudo o que a Igreja fala e propõe. Muitos sequer entendem o que estão fazendo na Missa. Mas eu não conseguia alcançar essas pessoas porque a Crisma acaba sendo procurada apenas por quem quer o sacramento. O blog é uma chance de ampliar o trabalho de catequese para o povo católico. (O CATEQUISTA).

Com o foco definido na catequese, o blog objetiva alcançar um público formado por pessoas que compartilham dos mesmos interesses, ou seja, já são católicas e buscam na internet mais subsídios para a sua fé. Nesse sentido, o trabalho dos blogueiros é responder, tanto nas postagens quanto nos comentários, as dúvidas dos fiéis tentando evitar tensões e conflitos com pessoas ou grupos de outras crenças. A justificativa para essa postura está no entendimento de que a maioria dos debates na internet não busca a verdade sobre os fatos, apenas a imposição de uma opinião sobre a outra. Assim, num espaço em que a verdade já está doutrinariamente embasada, não há lugar para algumas discussões.

O blog visa ser, principalmente, um instrumento de informação, de consolo e de renovação da fé daqueles que já creem na Santa Igreja. Os demais - ateus e pessoas de outra religião -, em geral, só entram em sites e fóruns católicos para trollar, e não para estabelecer um diálogo aberto, sincero e intelectualmente honesto. Eventualmente, estabelecemos diálogos com não católicos, com alguns poucos que se mostram interessados em conhecer a fé católica, ainda que discordem dela. Mas isso são exceções que abrimos. (A CATEQUISTA).

Dessa forma, o número significativo de comentários por postagens no blog se constitui em conversações recursivas, mas que acontecem dentro de determinados parâmetros definidos pelos blogueiros para evitar conflitos e desvios da proposta catequética. Com esse objetivo, não são tolerados comentários com ofensas diretas a

---

Profissional) e suas respectivas categorias.

<sup>10</sup> Ao fazer referência à fala do casal entrevistado, será usada a nomenclatura *O catequista* e *A catequista* para diferenciar o autor de cada declaração. A escolha objetiva seguir o mesmo padrão utilizado pelos entrevistados em suas postagens do blog.

peças e grupos e *links* para downloads ilegais. A referência a outros sites é permitida após avaliação. Essa vigilância norteia inclusive a participação dos catequistas nas conversações. Eles têm como critério atender a todas as dúvidas de quem se mostra interessado em saber mais sobre o catolicismo e “não perder tempo com quem quer apenas impor uma opinião”.

Nesse contexto, o material disponibilizado no blog se caracteriza por trazer referências explícitas ao catecismo e demais documentos da doutrina e da tradição da Igreja Católica. Ao serem perguntados sobre sua rotina de produção de conteúdo, os catequistas ressaltam que cada postagem leva cerca de seis horas para ficar pronta devido à pesquisa necessária para que os temas sejam desenvolvidos com clareza e doutrinariamente fundamentados. Em sua fala, a catequista ainda relata que, dependendo do assunto a ser abordado, há diferentes graus de dificuldades na produção do conteúdo, “alguns temas são explícitos na doutrina, na patrística ou nos documentos da Igreja, e esses são os mais fáceis de expor. Outros, entretanto, não são explicitamente tratados pela Igreja, então, requerem uma análise mais trabalhosa”. Evidencia-se assim as experimentações em relação às significações sociais presentes na atuação do fiel na internet como mencionado por Sbardelotto (2014).

A apresentação dos temas normalmente se dá em um tom explicativo e/ou provocativo. As questões são colocadas em pauta utilizando-se de documentos da doutrina e tradição católica para elucidar, advertir e corrigir entendimentos sobre assuntos que, segundo o texto de apresentação do blog<sup>11</sup> “hoje botam caraminholas na cabeça dos católicos”. Já o tom provocativo pode ser entendido em relação à postura de defesa da fé incentivada nas postagens. Ainda no texto de abertura do blog, tal preocupação também é sinalizada. “A ideia é muito simples: ser um blog católico que discuta como ser Cristão dentro do cotidiano. Queremos discutir como ser o Rosto de Cristo na faculdade, colégio, futebol com a galera... porque ser católico na paróquia é muito fácil e todo mundo sabe!”, afirmam os catequistas.

O tom jocoso e as referências à cultura popular - como personagens de televisão, desenhos animados e letras de música - são frequentes no blog. A linguagem descontraída e o uso do humor se tornam diferenciais da proposta de *O Catequista*. Assim como aponta Jenkins (2009), ao falar sobre o uso de paródias como forma de dar visibilidade a assuntos relevantes para determinado grupo, os blogueiros também entendem que tais características ajudam a despertar a atenção dos fiéis e a diferenciá-los de outras propostas de catequese mais tradicionais.

Todos os posts são curtos e diretos, sempre apoiados por fotos e os

<sup>11</sup> Postagem do dia 5 de agosto de 2011. Disponível em: <<http://ocatequista.com.br/archives/20>>. Acesso em: 29/05/2014.

mais engraçados possíveis, sem fugir nunca da ortodoxia da doutrina da Igreja Católica. Buscamos sempre referências inusitadas, justamente pra chamar atenção e facilitar a retenção do que estamos falando. E se pudermos embarcar em algum meme do momento, melhor ainda! Ficamos muito atentos ao que está acontecendo na internet e filtramos tudo o que podemos aproveitar [...] É o nosso conceito de ‘catequese de boteco’. Queremos ser o mais direto e descontraído possível. As vezes até irônicos. Mas nunca formais. Isso os padres já fazem muito bem nas homilias e já existem dezenas de fantásticos blogs católicos assim. (O CATEQUISTA).

Para além do humor, a proposta de experimentação d’*O Catequista* também visa explorar profissionalmente as possibilidades próprias da internet. Para tanto, há um cuidado para que os textos sejam curtos e diretos, facilitando o acesso em dispositivos móveis e evitando que o leitor perca o interesse no meio da leitura. Outro cuidado diz respeito ao fornecimento de referências precisas sobre os assuntos tratados para facilitar que os interessados possam aprofundar as informações que lhes são relevantes. Além disso, questões visuais e de organização do blog também são tratadas com atenção. Segundo os catequistas, eles querem evitar “aquela cara de pastoral improvisada” e mostrar que “um site de catequese pode ter a mesma qualidade dos melhores sites de notícias”.

Mostrar expertise na gramática da rede, como afirma Sbardelotto (2014), confere autoridade ao projeto. Contudo, *O Catequista* parece ir mais além, buscando proporcionar ao fiel uma experiência de encantamento com a proposta.

Muitos negócios procuram pelo ‘Wow Factor’. Costumo dizer que em *O Catequista* buscamos 3 ‘Uaus’: 1) A aparência: Quando a pessoa entra e diz ‘Uau! Que site bacana! É católico? Existe site católico assim?’ 2) O estilo: ao ler os posts a pessoa diz ‘Uau! Olha só como esses caras falam! São malucos! Tô morrendo de rir.’ 3) O conteúdo: depois de ler pensa ‘Uau! Nunca tinha olhado a Igreja desse ponto de vista’. (O CATEQUISTA).

Essa busca por proporcionar uma experiência de fé que também seja uma encantadora experiência midiática é uma das características do fenômeno da midiatização da religião, conforme afirma Hjarvard (2012) ao constatar a formatação de conteúdo religioso conforme gêneros da cultura popular. Esse encantamento parece marcar também o consumo midiático de conteúdo religioso que precisa dessa apropriação profissional das técnicas e linguagens da mídia para ressignificar as mensagens de fé disponíveis na rede.

Além de ir conquistando seu espaço através da apropriação de lógicas próprias da ambiência midiatizada, *O Catequista* também oferece possibilidades de atuação mais ampla para os fiéis responsáveis pelo blog que passam a se sentir à

vontade para realizar experimentações com técnicas de outras áreas.

A coisa acabou fazendo um sucesso inesperado e percebi que o Senhor estava apontando um novo caminho para o nosso trabalho de catequese, e desta vez, fora da estrutura rígida de uma pastoral. Então, me senti livre para aplicar em *O Catequista* uma série de práticas de marketing e comunicação, que não tinham espaço dentro da catequese tradicional. (O CATEQUISTA).

Assim, mesmo imbuído dos sentidos originários da catequese paroquial e buscando ser uma continuidade do papel reservado aos leigos dentro da estrutura da Igreja, o blog *O Catequista*, enquanto empreendimento independente de fiéis na internet, pode ser entendido como um espaço de experimentações do catolicismo em que a cultura religiosa midiática na internet, além de emergir em forma de texto, imagem, som e vídeo, é experimentado como experiência pessoal e pastoral na atuação dos fiéis que mantêm a iniciativa.

### **Considerações finais**

Ao assumir para si as potencialidades da internet e as lógicas midiáticas para propor, por iniciativa própria, empreendimentos dedicados aos assuntos da fé católica o fiel se coloca de forma ativa no processo de midiatização do religioso. O que chama a atenção no blog *O Catequista* é a forma como os fiéis buscam construir respaldo para a sua atuação. Ao adentrar a internet para falar de religião, o fiel parece utilizar de seus esforços em apropriar-se profissionalmente das gramáticas da web para justificar sua atuação on-line frente ao resto da rede. Por outro lado, ao formatar os conteúdos de fé com humor e usando de jargões da internet, os fiéis se usam de fortes referências à tradição e à doutrina para justificar e garantir a adesão de seus projetos à Igreja Católica.

Assim, as escolhas de conteúdo, assuntos, linguagem e formatos realizadas pelos fiéis e que constituem e formatam as experimentações e ressignificações do catolicismo encontradas no blog, parecem sinalizar um processo de consumo criativo que visa decodificar e conferir sentido às mensagens religiosas disponíveis na rede. As dinâmicas de autoridade e reconhecimento desencadeadas por essas atuações dos fiéis se insinuam como promissoras questões para próximas etapas de pesquisa.



## REFERÊNCIAS

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, C. (Orgs.). **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 20. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

DAWKINS, Richard. **The Selfish Gene**. Oxford: Oxford University Press, 2006

HJARVARD, Stig. Mídia e religião: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de São Paulo, v.5, n. 2, p. 53-91, Jan./jun., 2012.

HJARVARD, Stig. The mediatization of Religion: a theory of media as agents of religious change. **Northens Lights**, Copenhage, v. 6, 2008. Disponível em: <<http://migre.me/8S8PV>>. Acesso em: 15/10/2013.

HOOVER, Stewart. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, v. 35, n. 2, p. 41-68, jan./jun., 2014.

HOOVER, Stewart. **Media and Religion**: White Paper from The Center of Media, Religion and Culture. Bolder: CMRC, 2008. Disponível em: <<http://migre.me/8UUZT>>. Acesso em: 23/09/2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMONS, André. Cibercultura como território recombinate. In: TRIVINHO, E., CAZELOTO, E. (Orgs.). **A cibercultura e o seu espelho**. São Paulo: ABCiber/Itaú Culturak, 2010.

MILLER, Daniel; SLATER; Don. **The Internet**: an ethnographic approach. Oxford: Berg, 2000.

O CATEQUISTA. Disponível em: <[www.ocatequista.com.br](http://www.ocatequista.com.br)>. Acesso em: 01/02/2015.

RECUERO. Raquel. A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: Eduardo Vizer. (Org.). **Lo que Mcluhan no previó**. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223. Disponível em: <<http://migre.me/gt1mV>>. Acesso em: 12/06/2013.

SBARDELOTTO, Moises. **E o verbo se fez bit**: a comunicação e a experiência religiosas na internet. Aparecida/SP: Editora Santuário, 2012.

SBARDELOTTO, Moises. La reconstrucción de lo religioso en la circulación en redes socio-digitales. **La Trama de la Comunicación**, Rosario, v. 18, p. 151-170, 2014. Disponível em: <<http://migre.me/jFhMt>>. Acesso em: 19/05/2014.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SPADARO, Antônio. **Ciberteologia**: pensar o cristianismo em tempos de rede. São Paulo: Paulinas, 2012.