

Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes
Centro de Humanidades
Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais

Comunidade e sociedade informacional:
O fenômeno comunitário contemporâneo a partir da
Comunidade Midiática Canção Nova

Ronaldo José de Sousa

Campina Grande-Paraíba
2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
CENTRO DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

COMUNIDADE E SOCIEDADE INFORMACIONAL

O fenômeno comunitário contemporâneo a partir da Comunidade Midiática

Canção Nova

Ronaldo José de Sousa

Campina Grande - Paraíba

2010

RONALDO JOSÉ DE SOUSA

COMUNIDADE E SOCIEDADE INFORMACIONAL

O fenômeno comunitário contemporâneo a partir da Comunidade Midiática

Canção Nova

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPGCS) da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), sob a orientação da Profa. Dra. Magnólia Gibson Cabral da Silva, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Ciências Sociais.

Campina Grande - Paraíba

2010

DIGITALIZAÇÃO:
SISTEMOTECA - UFCG

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

S725c Sousa, Ronaldo José
 Comunidade e sociedade informacional: o fenômeno comunitário contemporâneo a partir da Comunidade Midiática Canção Nova /Ronaldo José Sousa. — Campina Grande, 2010.
 280 f.: il. col.

 Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades.
 Orientadora: Prof^a. Dr^a. Magnólia Gibson Cabral da Silva.
 Referências.

 1. Comunidade. 2. Mídia. 3. Religião. I. Título.

CDU 316.334.56(043)

RONALDO JOSE DE SOUSA

COMUNIDADE E SOCIEDADE INFORMACIONAL: o fenômeno
comunitário contemporâneo a partir da comunidade midiática Canção Nova

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Ciências Sociais (PPGCS) da Universidade
Federal de Campina Grande (UFCG), sob a
orientação da Profa. Dra. Magnólia Gibson
Cabral da Silva, como requisito parcial para a
obtenção do título de Doutor em Ciências Sociais.

Tese apresentada em 09/12/2010.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Magnólia Gibson Cabral da Silva (PPGCS/UFCG - Orientadora)

Profa. Dra. Cecília Loreto Mariz (PPCIS/UERJ – Examinadora Externa)

Prof. Dr. Bartolomeu Tito Figueirôa de Medeiros (PPGA/UFPE – Examinador Externo)

Profa. Dra. Elizabeth Cristina de Andrade (PPGCS/UFCG – Examinadora Interna)

Prof. Dr. Lemuel Dourado Guerra (PPGCS/UFCG – Examinador Interno)

DEDICATORIA

A Comunidade *Remidos no Senhor*,
onde escondi minha vida
e atingi a mais alta consciência de mim mesmo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos e a todas que se uniram a mim na elaboração dessa tese. Vocês são verdadeiramente co-autores. Agradeço especialmente a:

- Professora Magnólia Gibson Cabral da Silva
- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal em Nível Superior (CAPES)
- Professora Marilda Menezes
- Professora Elizabeth Cristina de Andrade
- Professores Lemuel Guerra e Rodrigo Grunewald
- Demais professores, colegas e funcionários do PPGCS
- Padre Jonas Abib, Vera Lúcia Reis e demais membros da Comunidade Canção Nova
- Celiane, Karla e demais funcionários do Sistema de Informação e Marketing (SIM) da Fundação João Paulo II
- Professora Sandra Regina de Oliveira Lúcio
- Professora Cecília Loreto Mariz
- Professores Cícero e Socorro Fortunato
- Professora Maria Santana Meira
- Fraternidade Nacional das Novas Comunidades (FRATER)
- Comunidade Javé Nissi (Pouso Alegre-MG)

RESUMO

O presente estudo trata da emergência de um novo tipo de comunidade, a “comunidade midiática de vida no Espírito”, sustentada em vínculos de pertença construídos e mantidos midiaticamente. As “comunidades de vida no Espírito” são associações de católicos carismáticos que, normalmente sob a liderança de um fundador ou fundadora, buscam viver a comunhão de bens cujo modelo é a comunidade cristã primitiva. Tomamos como referencial empírico para análise do fenômeno a Comunidade Canção Nova, pois embora territorialmente situada, expande-se, sobretudo por meio da televisão, agregando pessoas que passam a compartilhar de sua ideologia religiosa e desenvolvem “relações comunitárias midiáticas”. Conquanto defendam fontes autônomas de conhecimento quase sempre baseadas na tradição, estas comunidades adaptam-se facilmente às demandas da contemporaneidade, não raras vezes lançando mão dos avanços tecnológicos em seu favor e inserindo-se criativamente no contexto cultural da sociedade informacional. A pesquisa mostrou que a Comunidade Midiática Canção Nova restringe apenas parcialmente a autonomia dos indivíduos, criando as condições para que se estabeleça uma relação de equilíbrio entre comunidade e individualidade. Sugerimos que neste novo contexto gerado pelas tecnologias da informação e pela midiatização da sociedade, as comunidades tendem a estar em permanente confronto positivo, obrigando-se umas às outras a refletirem frequentemente cada qual sobre a plausibilidade de seu sistema particular de valores. No seu conjunto, procura-se demonstrar que a reflexividade moderna não destruiu as relações do tipo “comunitárias”, e que o fenômeno comunitário contemporâneo é “moderno” na acepção sociológica do termo. Sustentamos ainda que a emergência de comunas culturais não é apenas um novo modo de manter fontes autônomas de conhecimento em oposição ao globalismo homogeneizante, mas também uma tentativa de preservação da conquista da autonomia individual como valor inquestionável da modernidade.

ABSTRACT

The present study highlights the need for a new type of community – “the media community of life in the Holy Spirit” – sustained in communion bonds built and maintained in the media. The “community of life in the Holy Spirit” accounts for associations of charismatic catholic people that, usually under a founder’s leadership, aim to achieve joint property whose model is that of primitive Christian community. We took up Comunidade Canção Nova as an empirical reference to analyze the phenomenon that, although territorially situated, has mostly expanded through television network by gathering people who start sharing its religious ideology as well as develop “media community relations.” Despite defending autonomous source of knowledge almost always based on tradition, these communities have often adapted to contemporary demands searching for technological advances to their own benefit, creatively engaging in the cultural context of the informational society. The survey showed that the Comunidade Midiática Canção Nova just partially restricts individuals’ autonomy, providing conditions to establish a balance relation between community and individuality. We assume that communities, in the this new context generated by information technologies and media society, tend to be in permanent positive dispute having one another reflect on the plausibility of their particular system of values. As a whole, our purpose is to demonstrate that modern views have not affected “community” relations, and that the contemporary community phenomenon is sociologically modern. We also ensure that emergence in cultural communes is not only a new way of preserving autonomous source of knowledge contrary to homogenizing globalism, but also an attempt to preserve individual autonomy achievement with real modernity value.

RESUMÉ

Il s'agit dans cette étude, de l'apparition d'un nouveau type de communauté, la "communauté de vie dans l'Esprit", appuyée par des liens d'appartenance construits et maintenues par les médias. Ces "communautés de vie dans l'Esprit" constituent des associations de catholiques de grâce qui, normalement, sous l'orientation d'un fondateur ou fondatrice, cherchent à vivre en communion chrétienne primitive. Nous avons, comme référentiel empirique pour l'analyse du phénomène la Communauté "Canção Nova", malgré le fait d'appartenir à un endroit dans le territoire, elle se répand surtout par la télévision, en rassemblant des personnes qui passent à partager la même idéologie religieuse et développent des "relations communautaires médiatiques". Bien qu'elles défendent des sources autonomes de connaissance fondées presque toujours sur la tradition, ces communautés s'adaptent facilement aux demandes de la contemporanéité, s'emparant des fois, des progrès technologiques à son profit et avec la créativité dans le contexte culturelle de la société informationnelle. La recherche a fait voir ce que la Communauté Médiatique Canção Nova se restreint à seulement partiellement l'autonomie des individus, créant les conditions à l'établissement d'une relation d'équilibre entre communauté et individualité. Nous suggérons que, dans ce nouveau contexte géré par les technologies de l'information et par la médiatisation de la société les communautés ont la tendance d'être en confront permanent positif les menant, fréquemment, à réfléchir, chacune sur la plausibilité de leur système particulier de valeurs. Dans l'ensemble, on essaye de démontrer que la réflexivité moderne n'a pas détruit les relations du type « communautaires » et que le phénomène communautaire contemporain est « moderne » dans le sens sociologique du mot. On assure, encore que, l'apparition de communauté culturelle n'est qu'un nouveau moyen et maintenir des sources autonomes de connaissance en opposition à la globalisation homogène, mais, aussi, une façon de préservation de la conquête de l'autonomie individuelle avec une valeur incontestable de la modernité.

LISTA DE TABELAS

- Tabela I – Distinção entre sócios e consumidores da Canção Nova
- Tabela II – Residência dos sócios
- Tabela III – Sexo dos sócios
- Tabela IV – Idade dos sócios
- Tabela V – Estado civil dos sócios
- Tabela VI – Escolaridade dos sócios
- Tabela VII – Idade dos sócios (comparativo)
- Tabela VIII – Sócios com acesso à internet
- Tabela IX – Sócios com celular
- Tabela X – Como os sócios conheceram a Canção Nova
- Tabela XI – Visitas dos sócios à Canção Nova
- Tabela XII – Influência da TV Canção Nova na vida religiosa dos sócios
- Tabela XIII – Influência da TV Canção Nova na vida pessoal dos sócios
- Tabela XIV – Visitas à Canção Nova/Influência na vida pessoal
- Tabela XV – Condição religiosa dos sócios antes de conhecer a Canção Nova
- Tabela XVI – Frequência com que os sócios assistem à TV Canção Nova
- Tabela XVII – Quantidade de horas que os sócios assistem diariamente à TV Canção Nova
- Tabela XVIII – Avaliação da qualidade da programação da TV Canção Nova
- Tabela XIX – Razões para contribuir financeiramente com a Canção Nova
- Tabela XX – Frequência dos sócios da Canção Nova à Igreja territorial
- Tabela XXI – Atuação pastoral dos sócios da Canção Nova
- Tabela XXII – Sócios da Canção Nova dizimistas
- Tabela XXIII – Sobre o desejo de conhecer Cachoeira Paulista
- Tabela XXIV – Níveis de satisfação com a visita a Cachoeira Paulista
- Tabela XXV – Comparativo São Paulo/Ceará 1
- Tabela XXVI – Comparativo São Paulo/Ceará 2
- Tabela XXVII – Comparativo São Paulo/Ceará 3
- Tabela XXVIII – Comparativo São Paulo/Ceará 4
- Tabela XXIX – Comparativo São Paulo/Ceará 5

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Ilustração I – Monsenhor Jonas Abib (Fundador da Comunidade Canção Nova)
- Ilustração II – Monumento na entrada da Chácara Santa Cruz (Cachoeira Paulista – SP)
- Ilustração III - “Rincão” novo e, ao fundo, estrutura da “Igreja do Pai das Misericórdias”
- Ilustração IV - “Rincão” velho
- Ilustração V – Rádio Canção Nova
- Ilustração VI – Departamento de Audio Visuais (DAVI)
- Ilustração VII – Prédio da Administração
- Ilustração VIII – Auditório São Paulo
- Ilustração IX – Vista panorâmica (ao fundo, residências dos comunitários)
- Ilustração X – Pousada Sérgio Abib

SUMARIO

RESUMO	v
ABSTRACT	vi
RESUMÉ	vii
LISTA DE TABELAS	viii
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	ix
INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I – COMUNIDADE E MÍDIA	18
1. Comunidade e sociedade na sociologia clássica.....	19
2. A comunidade tradicional e seu desmantelamento.....	22
3. A busca por comunidade na sociedade atual.....	27
4. Definição do objeto, perspectiva teórico-metodológica e procedimentos de pesquisa.....	30
5. Sociedade e tecnologia.....	37
6. A midiaticização da sociedade.....	42
7. Mídia e comunidade.....	49
8. A comunidade midiática: definição conceitual.....	53
CAPÍTULO II – COMUNIDADE DE VIDA NO ESPÍRITO	60
1. Conceito, surgimento e panorama institucional.....	61
2. As comunidades de vida no Espírito na literatura sócio-antropológica.....	72
3. Comunidade Canção Nova: gênese e expansão.....	86
4. A religiosidade na mídia.....	94
5. A Igreja Católica no espaço midiático.....	104
6. A TV Canção Nova.....	109

CAPÍTULO III – COMUNIDADE MUDIÁTICA.....	123
1. O <i>ethos</i> interno da Comunidade Canção Nova.....	124
2. O conteúdo da mensagem da TV Canção Nova.....	137
3. A <i>performance</i> midiática da Canção Nova.....	145
4. Os sócios da Canção Nova.....	154
5. As relações entre a TV Canção Nova e seus sócios.....	161
6. A Canção Nova como comunidade midiática.....	191
CAPÍTULO IV – COMUNIDADE E SOCIEDADE INFORMACIONAL.....	208
1. Comunidade e “religião experiencial”.....	209
2. Características do fenômeno comunitário contemporâneo.....	217
3. Comunidade e sociedade informacional.....	229
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	243
REFERÊNCIAS.....	252
ILUSTRAÇÕES.....	276

INTRODUÇÃO

O tema comunidade é central e recorrente na ciência social. Na verdade, ele está inscrito na própria tradição sociológica nascida no bojo das transformações sociais que modelaram a modernidade. Pioneiros da sociologia como Tönnies, Durkheim e Weber, entre outros, concentraram-se na elaboração de mecanismos teóricos que dessem conta de interpretar as mudanças das quais eles foram contemporâneos, forjando assim a conhecida dicotomia comunidade/sociedade, conceitos amplamente utilizados para a compreensão da passagem de uma estrutura social agrária e baseada em laços comunitários para a dinâmica do industrialismo e da sociedade moderna.

Contemporaneamente, esse debate adquiriu novo vigor, dado o aparecimento de novas formas de vida comunitária no interior da sociedade. No mundo atual, um número cada vez maior de pessoas parece resistir ao processo de individualização e atomização, tendendo a agrupar-se em organizações comunitárias. É dessa maneira que comunidades, institucionalizadas ou não, ganham corpo e pujança: “É a mesma sociedade dos indivíduos, já destruidora da antiga comunidade orgânica, que agora gera novas formas comunitárias como reação póstuma à própria entropia interna” (ESPOSITO, 2007, p. 16).

Enquanto conteúdo específico, essas comunidades podem originar-se a partir de experiências religiosas, não raras vezes assumindo um formato institucional. Entre os grupamentos de cunho religioso estão as “comunidades de vida no Espírito” surgidas no catolicismo, também chamadas de “novas comunidades”. Tratam-se de associações de católicos carismáticos que, normalmente sob a liderança de um fundador ou fundadora, buscam viver a comunhão de bens cujo modelo é a comunidade cristã primitiva.¹ A originalidade dessas comunidades reside no fato de reunirem num mesmo espaço de convívio, sacerdotes e leigos, homens e mulheres, solteiros e casados. Essas pessoas fazem do projeto evangelizador da comunidade seu ideal de vida prioritário, pelo qual renunciam atividades e funções seculares.

O despontar das comunidades de vida no Espírito remonta aos inícios da década de setenta, época da constituição da Renovação Carismática nos Estados Unidos (OLIVEIRA, 2003). De alguma maneira, elas se impuseram enquanto fenômeno tanto social quanto

¹ Cf. Atos dos Apóstolos 2, 42-47; 4, 32-35.

eclesial, alterando o cenário religioso do catolicismo e constituindo-se para este, em certa medida, como uma grande novidade.

O Brasil é particularmente fecundo em relação ao nascimento dessas comunidades. A revista *Carta Capital* estimou a existência de aproximadamente trezentas (OLIVEIRA, 2004). Sidney Timbó (2004, p. 16) calculou mais de quatrocentas, advertindo que “dentre estas, aproximadamente 65% estão em fase embrionária, 20% estão em desenvolvimento e 15% estão atingindo ou já atingiram o amadurecimento e são, de certa forma, referenciais para as demais”.² Anjos e Carranza (2010), por sua vez, falam de quinhentos e cinquenta na composição desse quadro. Quanto ao número de membros, a revista *Veja* indicou que cerca de dez mil pessoas moram em comunidades de vida (VIEIRA, 2008). De qualquer modo, ainda não foi feito em nosso país nenhum levantamento numérico preciso a respeito das comunidades de vida no Espírito e de seus membros.

Além de seus membros formais, as comunidades de vida no Espírito têm agregados em diversos níveis: aliançados, discípulos, postulantes, membros dos grupos de oração, contribuintes, simpatizantes. Dependendo do nível de vinculação, variam as regras comportamentais, a visão de mundo e o discurso dos partícipes, da mesma forma como varia o grau de conhecimento destes em relação à ideologia do grupo (MARIZ & MELLO, s/d).

O fenômeno comunitário contemporâneo se insere num contexto social marcado pela midiaticização da sociedade e por um significativo avanço das tecnologias da informação. De fato, desde o final do século XX a sociedade passou a viver um novo ciclo de transformações tecnológicas que nos levam a considerar o surgimento de uma nova civilização, cujos princípios se ligam cada vez mais aos processos eletrônicos de comunicação (RUDIGER, 2007). Manuel Castells (1999) chama a sociedade atual de “sociedade informacional”.

O presente estudo visa contribuir para a compreensão da relação entre comunidade e sociedade informacional. Em linhas gerais, seu objetivo é entender como o fenômeno comunitário se acomoda à sociedade atual, quais as suas características e como essa forma típica de organização social está reagindo às novas interações oriundas dos avanços da tecnologia da informação. Daí o seu título: *Comunidade e sociedade informacional*, em nítida alusão à clássica obra de Ferdinand Tönnies (*Comunidade e sociedade*) e à teoria formulada

² As informações dadas por Sidney Timbó são baseadas em cadastros feitos nos encontros nacionais dessas novas comunidades organizados pela Fraternidade Nacional das Novas Comunidades (FRATER), uma instituição que congrega algumas dessas expressões católicas para troca de experiências e ajuda mútua (cf. TIMBÓ, Sidney. *Novas comunidades: uma novidade no Brasil e no mundo*. Fortaleza: Shalom, 2004). É importante frisar que nem todas as comunidades participam desses encontros.

por Manuel Castells (op. cit.) a respeito das transformações multidimensionais que deram origem à “Era da informação”.

As perguntas fundamentais que definem o problema de pesquisa desta tese são: a) Como a forma típica de vida social “comunidade” se apresenta na sociedade informacional? b) Quais as características do novo fenômeno comunal? c) Como as comunidades estão se situando no interior de uma sociedade marcada pela midiaticização e pelas múltiplas interações possibilitadas pelas tecnologias da informação?

Uma vez que a pesquisa científica só pode dar conta de um fragmento da realidade, optamos por enfatizar a experiência comunitária vivida pelo movimento religioso católico das “comunidades de vida no Espírito”, que constitui uma das expressões mais fortes do novo comunitarismo religioso, exemplo concreto de relações comunitárias ocorridas no interior da sociedade informacional.

Mais especificamente, utilizamos como referencial empírico a Comunidade Canção Nova, fundada em 1978 pelo padre salesiano Jonas Abib. Essa comunidade de vida no Espírito, com sede em Cachoeira Paulista-SP, distingue-se das demais não só pelo fato de ter sido a primeira em território brasileiro, mas também por propagar sua mensagem utilizando-se de um canal de televisão próprio, transpondo assim os seus limites territoriais e estendendo a experiência comunitária da qual é portadora para além da relação presencial.

Partimos do pressuposto de que a Canção Nova estabelece com uma parcela significativa do seu público telespectador, notadamente com os que se tornam seus sócios formais, relações que a caracterizam como uma rede comunitária sustentada midiaticamente. Nesse sentido, ela se constituiria uma “comunidade midiática”, sendo esse o principal aspecto a ser explorado.

Neste trabalho, o termo “comunidade midiática” deve ser entendido como um agrupamento humano cujos membros estabeleçam relações sociais através de um meio de comunicação moderno, relações que se aproximam do tipo “comunitárias”. Uma “comunidade midiática” deve estar fundamentada em vínculos de pertença que se sustentam midiaticamente. Esse é o caso da Comunidade Canção Nova que, embora situada territorialmente, expande-se por meio da televisão e, com isso, agrega pessoas que passam a compartilhar de sua ideologia religiosa, caracterizando-se as referidas relações como “relações comunitárias midiáticas”.

A perspectiva teórica sobre a qual nos apoiamos é aquela formulada por Manuel Castells em torno do que ele denomina de “sociedade informacional”, cuja estrutura básica é a “sociedade em rede”. Para Castells (1999), a revolução proporcionada pelas tecnologias da

informação motivou o surgimento do informacionalismo como a base material da sociedade, fato que modificou substancialmente a operação e os resultados dos processos culturais. As tecnologias possibilitaram a formação de “redes” como principal modo de organização da atividade humana. As “redes” constituem a nova morfologia da sociedade, definidas por Castells como “um conjunto de nós interconectados”. Elas são múltiplas e estão mais ou menos relacionadas. A “sociedade em rede”, portanto, é uma estrutura social aberta, com ilimitada capacidade de expansão e suscetível à inovação sem ameaças ao seu equilíbrio.

É nessa sociedade informacional que, ainda conforme Castells, emergem “comunidades culturais” que aparecem como reação a tendências sociais predominantes, em defesa de fontes autônomas de significado. Enquanto reações defensivas, elas são expressões poderosas de *identidade* coletiva que desafiam a globalização e se organizam em torno de um conjunto específico de valores étnicos, religiosos, culturais ou territoriais.

Argumentamos que as comunidades de vida no Espírito católicas constituem um exemplo desses “paraísos comunais” que emergem da construção de identidades coletivas autônomas. O elemento de autodefinição dessas comunidades é arquitetado graças à experiência religiosa compartilhada, com os atributos étnicos, familiares, territoriais ou nacionais ficando em segundo plano. Especificamente, a Comunidade Canção Nova pode ser qualificada como uma expressão coletiva de *identidade* que, de um lado, expressa reação contra os valores da sociedade secularizada e, de outro, acomoda-se à sociedade informacional, na medida em que se utiliza da mídia para disseminar sua experiência comunitária e agregar novos membros.

A postura metodológica adotada é a da sociologia compreensiva de Max Weber, através da construção de um tipo-ideal fundamental para a investigação: a comunidade midiática. Nunca é demais lembrar que os tipos ideais não existem enquanto realidade pura. Quando muito, manifestam-se de forma esporádica. O tipo-ideal não se encaixa em nenhum modelo individualizado, mas é ponto de partida enquanto realidade conceitual (WEBER, 1993).

Consideramos que a adoção de um conceito típico-ideal, enquanto procedimento metodológico é um instrumento eficiente para apreender a realidade social. Desse modo, na trilha da própria tradição sociológica, partimos do conceito de “comunidade midiática” para qualificar o tipo de interação social que se realiza numa dada circunstância histórica. A “comunidade midiática” é um tipo-ideal de comunidade em conformidade com a sociedade informacional.

O presente trabalho está dividido em quatro partes, para as quais utilizaremos a denominação tradicional de “capítulo”. O primeiro deles (*Comunidade e Mídia*) apresenta uma visão panorâmica do tema “comunidade” a partir da sociologia clássica e do novo contexto de midiatização da sociedade. Ao qualificar a “comunidade tradicional” e seu desmantelamento na sociedade moderna, indagamos sobre as razões pelas quais os indivíduos, contemporaneamente, buscam experiências comunitárias. Essa discussão prepara a apresentação mais detalhada do objeto, da teoria de base e da perspectiva metodológica adotada que, por sua vez, conduz à formulação do conceito de “comunidade midiática”, construído em confronto com o objeto empírico escolhido: a Comunidade Canção Nova.

No segundo capítulo (*Comunidade de Vida no Espírito*), a discussão gira em torno, primeiramente, das comunidades de vida no Espírito e de seu relacionamento com o catolicismo institucional. Após a apresentação de uma revisão da bibliografia sócio-antropológica sobre as referidas comunidades em geral e sobre a Canção Nova em particular, procuraremos reconstituir, ainda que sinteticamente, a origem e o crescimento dessa comunidade. Em seguida, enfocaremos sua inserção no espaço televisivo com o surgimento da *TV Canção Nova* (TVCN). Esse enfoque será feito à luz do processo de espetacularização da religião e da constituição de um “catolicismo midiático”, evidenciando, sobretudo, os modos através dos quais a TV Canção Nova se situa nesse contexto e o perfil da programação por ela apresentada.

O terceiro capítulo (*Comunidade Midiática*) considera a constituição de uma “comunidade midiática”. Nele, apresentaremos os principais resultados do trabalho empírico. A partir dos procedimentos de pesquisa – a saber: a observação participante, o exame documental, os questionários aplicados e as entrevistas – faremos uma análise do conteúdo da mensagem veiculada pela Canção Nova através da TV e das relações estabelecidas entre esta e seus sócios, visando identificar especialmente aquelas que se aproximam do tipo “comunitário”. Nesse particular, foram fundamentais as leituras dos dados colhidos em pesquisa feita em parceria com a própria Canção Nova, a partir de um questionário aplicado junto a uma amostra qualificada de seus sócios.

Os capítulos centrais (segundo e terceiro) são os de maior fôlego, por se tratar do relato das constatações empíricas. As indagações fundamentais – a saber: as características do novo fenômeno comunitário contemporâneo e o modo como o tipo social “comunidade” se acomoda à sociedade informacional – é a discussão principal do quarto capítulo (*Comunidade e sociedade informacional*), levada a efeito em diálogo com a literatura especializada e em confronto com a realidade por nós observada na pesquisa de campo. O material empírico

sistematizado e a teoria de base também nos serviram de suporte para elaboração desse capítulo.

As considerações finais sintetizam as conclusões da pesquisa e retomam alguns dos principais pontos levantados e desenvolvidos.

Consciente de que a teoria social consiste em uma ferramenta para a compreensão do mundo em que vivemos, com este trabalho pretendemos contribuir com o “necessário esforço analítico coletivo, já em curso em muitos horizontes, com o objetivo de compreender nosso novo mundo, com base nos dados disponíveis e em teoria exploratória” (CASTELLS, 1999, v. 1, p. 24). Este estudo convida a projetar sobre o fenômeno comunitário contemporâneo um olhar perpassado de conteúdo sociológico e de sensibilidade para com a experiência humana que se renova em cada época.

CAPÍTULO I
COMUNIDADE E MÍDIA

1. Comunidade e sociedade na sociologia clássica

É bastante conhecida na Sociologia a discussão conceitual sobre “comunidade” e “sociedade”. Ela foi introduzida formalmente na teoria sociológica pelo alemão Ferdinand Tönnies (1855-1936), em seu livro *Comunidade e Sociedade*, de 1887.¹ Na obra de Tönnies, esses conceitos se apresentam em clara oposição um ao outro, vinculados à idéia de “vontade orgânica” e “vontade reflexiva”, respectivamente. As duas formas de vontade humana (*Kürwille* e *Wesenwille*) definem igualmente duas formas de interrelações que, por sua vez, determinam os dois tipos ideais de sociabilidade (*Gesellschaft* e *Gemeinschaft*).²

Tönnies chama “comunitárias” as relações em que predomina a vontade orgânica e “societárias” aquelas em que prevalece a vontade reflexiva. Para ele, a *sociedade* consiste em um grupo humano em que seus componentes estão organicamente separados. Assim, “enquanto, na comunidade, os homens permanecem essencialmente unidos, a despeito de tudo o que os separa, na sociedade eles estão essencialmente separados, apesar de tudo o que os une” (p. 252). Noutras palavras, na comunidade os homens vivem uns com os outros com base em relações pessoais estreitas e por sua própria vontade e, na sociedade, a união funda-se em relações de finalidade, que requerem uma distância entre si.

Segundo Tönnies, na sociedade cada indivíduo está por si e isolado, em um estado de tensão perante os outros indivíduos, de tal modo que cada um se defende do contato com os demais e limita ou proíbe a inclusão destes em suas esferas privadas. A relação entre as pessoas é praticamente mediada pela troca material. Ao contrário, a comunidade “é, em princípio, uma relação física que se expressa em ações e palavras, e as relações comuns em face dos objetos são de natureza secundária, não sendo tais objetos trocados, mas possuídos e utilizados em comum” (p. 260).

Ainda segundo Tönnies, na comunidade, os valores dirigem a ação pessoal para a coletividade. Na sociedade, os valores reforçam a diferença. Nesta, as relações são artificiais e mecânicas. Naquela, naturais. Tönnies escreve: “Pode-se, em certa medida, compreender a comunidade como um organismo vivo, e a sociedade como um agregado mecânico e artificial” (p. 232).

1 Traduzido para o inglês em 1940 e para o francês em 1946. As citações literais de *Comunidade e Sociedade* contidas aqui foram retiradas dos textos selecionados e publicados em português em MIRANDA, Orlando de (org). *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EDUSP, 1995, pp. 231-342. Indicaremos as respectivas páginas entre parênteses.

2 Na verdade, a oposição entre os tipos “comunidade” e “sociedade” se inscreve na própria tradição sociológica de interesse pela evolução das formas de sociabilidade, muito embora tenha sido Tönnies quem a formulou com melhor clareza.

Ao legitimar a comunidade como forma ideal de vida social, a reflexão do sociólogo alemão assume um teor claramente valorativo, como se observa em algumas de suas colocações, em especial quando faz a determinação geral dos principais conceitos de sua obra. Ele afirma, por exemplo, que “na comunidade há uma ligação desde o nascimento, uma ligação entre os membros tanto no bem-estar quanto no infortúnio” (p. 231). O contrário ocorreria na sociedade, já que nesta “entra-se como quem chega a uma terra estranha” (p. 231-32), e “embora possa haver certa intimidade e até um espírito comunitário entre sócios, dificilmente poderíamos postular a existência de uma comunidade comercial” (p. 232).

Tönnies chega mesmo a caracterizar a comunidade como uma forma de vida *verdadeira* e duradoura, em contraposição à sociedade, que ele qualifica como uma realidade passageira e aparente. Para ele, “aonde quer que os seres humanos estejam ligados de forma orgânica pela vontade e se afirmem reciprocamente, encontra-se alguma espécie de comunidade” (p. 239). A comunidade seria marcada pelo consenso, ou seja, pelos sentimentos *recíprocos* comuns baseados no conhecimento íntimo e pela participação direta de uns na vida dos outros.

Correspondentes desse esquema conceitual podem ser encontrados em outros dois clássicos da Sociologia: Emile Durkheim e Karl Marx. Durkheim desenvolve uma apologia ao corporativismo como solução para o estado de anomia que caracterizaria, segundo ele, a economia moderna. Nesse particular, ele apela claramente para a oposição entre um tipo tradicional e um tipo moderno de organização social, o que denomina “solidariedade mecânica” e “solidariedade orgânica” (DURKHEIM, 1983). Durkheim havia resenhado a obra de Tönnies poucos anos antes de publicar *De la Division du travail social* (1893) e, naquela ocasião, expressou a necessidade de que fosse escrito um livro para esclarecer as questões levantadas por *Comunidade e Sociedade*.

Da divisão do trabalho social parece ter sido esse livro. Nele, Durkheim aborda o tema das relações entre os indivíduos e a coletividade, perguntando-se sobre como os homens chegam à condição da existência social que é o consenso. Essa pergunta fundamental é respondida através da distinção de duas formas de solidariedade: a) mecânica - solidariedade por semelhança; b) orgânica - solidariedade por diferença. As sociedades modernas apresentam a solidariedade orgânica, em que há um enfraquecimento das reações coletivas contra a violação das proibições e, sobretudo uma margem maior de interpretação individual dos imperativos sociais. Note-se a semelhança dessa abordagem com a análise tönnesiana.

Por sua vez, Karl Marx (1991) opõe a sociedade capitalista (“sociedade” em sentido estrito) às formações econômicas pré-capitalistas. Segundo este autor, somente o advento do

capitalismo provocou uma mudança qualitativa no processo de produção social, quando a economia deixou de ser meramente local e os indivíduos desligaram-se da coletividade natural. Em Marx, a *sociedade* é uma superação histórica da *comunidade*.³ Na trilha do marxismo está o entendimento de que, em sentido estrito, há sociedade somente “onde o corpo social compõe-se de grupos parciais essencialmente diversos e mantidos em união pela relação de dominação” (FREYER, 1973, p. 137).

O ponto de vista do desenvolvimento histórico foi negado parcialmente por Tönnies, quando ele deixou de tomar a sociedade como simples consequência da comunidade, acentuando as condutas dos elementos societários e comunitários na história (BELLEBAUM, 1995). Vale recordar que enquanto Marx usa dois termos diferentes para designar a comunidade histórica (*Gemeinwesen*) e a comunidade utópica (*Gemeinschaft*), Tönnies utiliza apenas o segundo termo e refere-se à “comunidade” sempre como categoria pura mais ou menos contida em formas históricas complexas.

Assim como Karl Marx, Ferdinand Tönnies também tinha engajamento político, defendendo um socialismo cooperativo; por causa disso, viu retardada sua entrada no mundo acadêmico alemão. Sua obra *Gemeinschaft und Gesellschaft* chegou a ser interpretada como uma espécie de manifesto antimoderno, em que a sociedade seria o modelo não recomendado de vida social, produto artificial do capitalismo inglês. Entretanto, como ressalta Miranda (1995), Tönnies não cultivava uma visão idílica dos valores comunitários, nem esperava que estes persistissem em suas formas tradicionais; sua posição era a de que esses valores permaneciam válidos e legítimos e deveriam ser usados para a construção de novas formas sociais.

É na esteira dessa teorização que se apresenta a obra de Max Weber. Nela, os conceitos de comunidade e sociedade revelam ainda mais as suas possibilidades como instrumentos de interpretação sociológica.⁴ Apoiado em Tönnies, Weber distingue quatro tipos de ação social: tradicional, emocional, racional com relação a valores e racional com relação a fins. As relações originadas na tradição ou na afetividade são de “comunalização”, podendo assumir caráter religioso quanto ao seu conteúdo específico. Por outro lado, Weber chama de “socialização” as relações baseadas num ajuste de interesses motivado racionalmente.

3 Sob essa perspectiva, o comunismo seria uma reação à individuação radical promovida pelo sistema moderno.

4 As citações literais de Weber dessa parte foram retiradas de *Comunidade e sociedade como estruturas de socialização*, publicado em FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 140-143. Indicaremos as respectivas páginas entre parênteses.

Assim, a *sociedade* se realiza “quando a atitude na ação social inspira-se numa *compensação* de interesses por motivos racionais (de fins ou de valores) ou também numa *união* de interesses com idêntica motivação” (p. 140). A sociedade, de um modo típico, está especialmente baseada num pacto racional em cujo universo prevalecem os interesses individuais. Por sua vez, a *comunidade* existe “quando a atitude na ação social (...) inspira-se no sentimento subjetivo (afetivo ou tradicional) dos partícipes da *constituição de um todo*” (p. 140).

Weber afirma que a imensa maioria das relações sociais participa em parte da “comunidade” e em parte da “sociedade”, pois toda relação social, mesmo aquela mais estritamente originada na persecução racional, pode dar lugar a valores afetivos. Toda “sociedade” tende, em maior ou menor grau, a promover os referidos afetos. “Ao contrário, uma relação que por seu sentido normal é uma comunidade, pode estar orientada por todos ou parte de seus participantes, segundo certos fins racionalmente sustentados” (p. 141). Com isso, Weber estabelece sua opção de utilizar os conceitos como entidades típicas ideais.

Miranda (op. cit.) observa que tanto na obra de Tönnies como em Weber os conceitos de comunidade e sociedade referem-se a certas formas ideais de relações sociais que não existem em estado puro. Os dois conceitos têm o significado de conceitos-limite, em relação aos quais é medida a realidade e com os quais esta é comparada. Na prática, a comunidade histórica é uma unidade incompleta, fragmentada pelas tendências societárias; ou, de outro modo, ambas constituem uma unidade em contradição.

No presente estudo, em vez de nos determos na pretensa falsidade histórica dos dois tipos de relações sociais (comunidade e sociedade), optamos por usufruir sua fecundidade teórica. É com base nesses dois conceitos que intentamos, a seguir, caracterizar a comunidade tradicional e o seu processo de desmantelamento.

2. A comunidade tradicional e seu desmantelamento

As noções de “comunidade” e “sociedade” são relacionais: uma não é dotada de inteligibilidade sem a outra. Em linguagem sociológica, “comunidade” e “sociedade” são duas terminologias para designar os dois princípios essenciais segundo os quais pode moldar-se a convivência humana (FREYER, 1973). Se a marca da comunidade é a tradição e a afetividade pessoal, a sociedade, por sua vez, funda-se no contrato explícito ou implícito, nas relações funcionais impessoais e no propósito especial declarado. A distinção aponta para duas amplas

tendências que operam no grupamento social: por um lado, em direção ao que é comum e dado e, por outro, em direção ao que é individual e construído (SCHMITZ, 1995).

Apesar do entendimento expresso de que “comunidade” e “sociedade” são tipos ideais e não realidades históricas em estado puro, não se pode qualificar essas duas formas de relações sociais como alguma coisa desprovida de concretude. Os elementos que as caracterizam estão presentes em maior ou menor grau nas interrelações, sendo possível considerar uma situação histórica concreta como “comunidade” ou “sociedade” a partir daquilo que ela apresenta enquanto *tendência*, ou seja, conforme se demonstre mais ou menos próxima de uma dessas configurações sociais. É a partir dessa premissa que se pode falar da predominância da comunidade tradicional na sociedade ocidental pré-moderna e do seu desmantelamento em certo momento histórico.

A comunidade tradicional é uma “sociedade localizada” (ANDERSON, 1965). Ela é um modo típico de interação social que se constitui porque a solidariedade entre os membros surge e faz com que eles sintam que o relacionamento é um valor em si e por si. Em princípio, nada tem a ver com o que se pode usufruir desse relacionamento, pois ele não é percebido como um meio, mas como um fim em si mesmo.

Para que exista uma comunidade do tipo tradicional, é necessário que a coletividade se faça sentir ela mesma como uma espécie de sujeito. Isso não significa que a comunidade é uma entidade que está colocada acima dos indivíduos, mas que ela permeia as relações interpessoais, fazendo com que eles existam “enquanto-comunais” (SCHMITZ, 1995). As pessoas sentem que pertencem umas às outras, porque são do mesmo tipo. Ser semelhante está enraizado na própria essência da comunidade. A similaridade está em cada circunstância da existência. O envelhecimento, a doença, a morte, são compartilhados por todos por força da humanidade comum e do compartilhamento da vida (COHEN, 1995).

Alguns autores privilegiam o elemento territorial para caracterizar a comunidade tradicional. Ela seria “uma coletividade cujos membros participam de uma região territorial comum como base de operação de suas atividades diárias” (PARSONS, 1951, p. 91). Outros enfatizam o idioma como elemento fundamental: “Há um grande patrimônio cultural (...) que tem sido utilizado desde o começo para a determinação do conceito de comunidade: referimo-nos ao idioma” (FREYER, 1973, p. 133). Essa visão de que a comunidade é determinada pelo idioma é criticada por Weber (1999). Ele defende que a linguagem facilita em alto grau a compreensão recíproca e a formação de relações sociais, mas o simples uso de um único código lingüístico não implica em si mesmo na existência de uma comunidade em sentido estrito.

Uma comunidade existe não só a partir de um linguajar comum, nem tampouco exclusivamente em função de um espaço físico compartilhado. Ela se caracteriza pela “consciência de comunidade”, ou seja, pelo sentimento de pertença mútua entre os indivíduos que se constrói em grande medida pelo acúmulo de experiências que vão se transmitindo em sucessivas gerações. Há certa fusão das consciências e das atividades, uma espécie de consenso interno que constrói unidade (ANDERSON, 1965). Weber (1973) defende que sobre a base desse sentimento está a ação reciprocamente referida e que a comunidade existe na medida em que essa referência traduz o sentimento de formar um todo.

Page & MacIver (1973, p. 122) ressaltam a *autossuficiência* como uma característica fundamental da comunidade tradicional: “O que caracteriza uma comunidade é que a vida de alguém *pode* ser totalmente vivida dentro dela. (...) O critério básico, portanto, está em que todas as relações sociais de alguém podem ser encontradas dentro dela”. Apesar disso, eles advogam que nenhuma comunidade tem muralhas em seu redor para isolar-se completamente de uma maior, quaisquer que sejam as “cortinas de ferro” erigidas pelo seu governo. Esses autores também invocam o grau de coesão social como um critério medidor da existência e vitalidade da comunidade: “A importância da concepção de comunidade está, em grande medida, em ela salientar a relação existente entre coesão social e área geográfica” (op. cit., p. 123).

A comunidade tradicional é quase um ser de natureza própria que possui o caráter da duração e do imperecível, atraindo para si a autoridade, o poder e a devoção (FREYER, 1973). Nela predominam as relações locais de interação; os hábitos, os costumes e a religião são os principais mecanismos de controle. A comunidade tradicional é geralmente pequena e a comunicação entre seus membros é densa e alcança tudo. A distinção entre aqueles que pertencem e os que não pertencem a ela é bastante clara, assim como o nível de autossuficiência é relativamente grande.

Na sociedade ocidental pré-moderna, a comunidade tradicional foi, quiçá, o grupo social mais importante, do qual o indivíduo dependia para se proteger contra calamidades, obter satisfação psíquica e adquirir a segurança de que necessitava:

É lá que ele pode obter reconhecimento, resposta, afeição e um sentido na vida. A comunidade provê uma arena na qual o indivíduo pode desenvolver as suas potencialidades. De fato, quando a comunidade é altamente desenvolvida ela fornece satisfações físicas e psíquicas que só a família ultrapassa em importância (SCHNEIDER, 1976, p. 301).

Não há como negar que - pelo menos no Ocidente - a vida social se organizou até certo tempo muito mais em torno de relações comunitárias do que societárias. A sociedade, em sentido estrito, fez sentir sua força somente a partir do momento em que acontecimentos revolucionários, especialmente aqueles vinculados ao progresso tecnológico do mundo, provocaram uma mudança *de* estrutura na vida social. Essa mudança pode ser referida como desmantelamento, decadência, desaparecimento ou eclipse da comunidade tradicional.⁵

O desmantelamento da comunidade tradicional tem a ver com o advento da nova ordem capitalista moderna. Foi a partir do progresso industrial que a unidade da corporação medieval ou da cidade comunitária começou a se dissolver. As relações estabelecidas a partir da nova ordem econômica que gradativamente foram se consolidando imprimiram novo formato à vida social, requisitando dos indivíduos um comportamento conflitante com os laços comunitários.

O industrialismo parece incompatível com a existência da comunidade no sentido tradicional. O urbanismo industrial comporta alguns elementos que redundam na desintegração do sistema comunitário. Em primeiro lugar, a mobilidade da força de trabalho que o sistema produtivo demanda. Depois, as relações trabalhistas que se tornam impessoais (quando não anônimas), transitórias e orientadas por interesses individuais. Por fim, o industrialismo cria grandes disparidades na riqueza, na segurança e no padrão de vida. Com efeito, seria praticamente impossível que o novo sistema industrial se consolidasse sem desmantelar os vínculos comunitários tradicionais (SCHNEIDER, *op. cit.*).

Todavia, a desintegração do sistema comunitário tradicional também pode ser visto como uma consequência do aumento da intensidade das comunicações. Onde antes prevaleciam as trocas mútuas internas, o aparecimento dos meios mecânicos de transporte e das telecomunicações possibilitou maiores contatos, transmissões de saber, trocas de conhecimento e descoberta das diferenças. A “mesmidade” da comunidade se dissipa, especialmente, com o aparecimento da informática, pois

a partir do momento em que a informação passa a viajar independente de seus portadores, e numa velocidade muito além da capacidade dos meios mais avançados de transporte, a fronteira entre o ‘dentro’ e o ‘fora’ não pode mais ser estabelecida e muito menos mantida (BAUMAN, 2003, p. 18-19).

⁵ Isso é mais evidente pelo fato de que os conceitos de “comunidade” e “sociedade” foram construídos no bojo dessas mudanças. De certa maneira, se a vida social não tivesse se alterado – fazendo emergir a sociedade em sentido estrito – não haveria necessidade de conceituar a “comunidade”, uma vez que esta se configurava num tipo de relação cuja hegemonia dispensaria qualquer especulação teórica a respeito.

Alguns autores questionam se de fato a sociedade moderna desmantelou os vínculos comunitários, alegando que coletas de dados sistemáticas mostraram que as comunidades contemporâneas não estão tão mortas quanto se pensava e, igualmente, que as comunidades pré-industriais não eram tão solidárias quanto se acreditava: “Ou seja, se respeitarmos o conceito tradicional de comunidade, elas nem estariam completamente condenadas nas sociedades industriais, e tampouco seriam encontradas em abundância nas sociedades pré-industriais” (COSTA, 2005, p. 239).

Obviamente, as formas históricas da vida social são muito mais complexas do que sua tipologia. Entretanto, a visão de que o sistema comunitário tradicional não foi abalado pela nova configuração da sociedade moderna não leva em conta que os tipos ideais devem ser averiguados conforme *as tendências* verificadas em circunstâncias concretas. Com efeito, seria dificultoso encontrar um correspondente moderno para a comunidade tradicional.

Conforme afirma Schmitz (1995, p. 179-180):

Quando tentamos achar um referente para a palavra ‘comunidade’ nos centros urbanos e industriais (...) vemos que o significado nos escapa por falta de tal referente. Essa obscuridade pode assinalar mais do que uma iminente perda de uma palavra que já teve significado; ela pode prever a perda da própria coisa nesses centros de vida moderna.

A passagem da comunidade tradicional para a sociedade moderna é marcada pelo declínio da coletividade em favor do individualismo (PAIVA, 1998). Conquanto este não exclua a vivência comunitária, diminui o sentimento de pertença e conduz os indivíduos a encontrar na própria ausência de normatização social intensa um elemento de satisfação, uma vez que um controle comunitário oneroso sobre os hábitos pessoais e as práticas hedonistas está ausente (SCHNEIDER, 1976; VELHO, 1998).

Na sociedade moderna, o maior grau de impessoalidade e anonimato torna menos possível o caráter durável das relações interpessoais, pois elas estariam maiormente condicionadas a fins instrumentais. Indubitavelmente, foram desfeitos os elementos mais firmes e solidamente marcados de orientação que sugeriam uma situação social que era mais duradoura, mais segura e mais confiável. Se, por um lado, os indivíduos dispõem de maior autonomia frente aos condicionamentos sociais, por outro, os sistemas normativos e de valores carecem de solidez e oferecem menos segurança existencial a estes mesmos indivíduos. Isso talvez esteja na origem da presente busca por experiências comunitárias na sociedade atual.

3. A busca por comunidade na sociedade atual

O dismantelamento do sistema comunitário tradicional trouxe variadas consequências para a vida social. Segundo Zigmund Bauman (2003), com o qual concordamos, a maior delas é a insegurança crescentemente experimentada pelos indivíduos em virtude da ausência de vínculos de pertença. A individualização moderna significou, no fundo, uma troca da segurança pela liberdade. E a chance de desfrutar da liberdade sem pagar o alto preço da insegurança é um privilégio de poucos.

Nessas circunstâncias, a comunidade volta a aparecer como a opção mais evidente, razão pela qual estaríamos vendo hoje, através, por exemplo, dos diversos tribalismos contemporâneos (religiosos, esportivos, musicais, tecnológicos, etc.), um ressurgimento da vontade de "estar junto", nos quais o compartilhamento de emoções em comum e a identificação com um grupo estariam, em certa medida, substituindo o individualismo moderno (LEMOS, 2006; MAFFESOLI, 2006).

Para Bauman (op. cit.), onde o Estado fracassou, postula-se que a comunidade triunfe. Busca-se um controle sobre as condições sob as quais os desafios da vida são enfrentados, controle que só pode ser obtido coletivamente. Concretamente, quando ocorrem para experiências comunitárias, os indivíduos estariam procurando criar uma garantia de vida para além da dinâmica capitalista, dado à fluidez e a volatilidade do sistema.

Hoje em dia a comunidade é procurada como abrigo contra as sucessivas correntezas de turbulência global (...). Sentimos falta de comunidade porque sentimos falta de segurança, qualidade fundamental para uma vida feliz, mas que o mundo que habitamos é cada vez menos capaz de oferecer e mais relutante em prometer (BAUMAN, op. cit., p. 128-129).

Consoante esse autor, a busca por comunidade na sociedade atual seria a atitude própria daqueles que estão desencaixados dos privilégios que ela oferece, uma vez que os indivíduos cheios de recursos não precisariam procurar uma garantia comunitária para sua segurança. Estes constituiriam uma nova "elite global" extraterritorial e cosmopolita que teria pouco para ganhar e muito para perder numa comunidade, dado que a pertença e a obrigação fraterna colocariam em xeque a ambicionada distinção social. A "comunidade" que essa elite procura seria apenas um ambiente à prova de intrusos, uma espécie de "gueto voluntário" cujo exemplo cabal seriam os condomínios fechados. No entender de Bauman, portanto, o comunitarismo ocorre mais naturalmente às pessoas que tiveram negado o direito de usufruir

dos benefícios do progresso capitalista. Contudo, ele reconhece que até os membros dessa nova elite “por vezes sentem necessidade de fazer parte de alguma coisa” (op. cit., p. 60).

Raquel Paiva (1998) considera que a comunidade ganhou força nessa nova fase do crescimento econômico porque apareceu investida de um poder de resgate da solidariedade humana, solidariedade que, em termos de comunidade, significa uma verdadeira estratégia dos que, por viverem na escassez ou à margem, constroem um saber particular de convivialismo. Segundo essa autora, a associação entre o conceito de comunidade e a convivência harmônica entre os indivíduos tem sido uma ideia persistente, muitas vezes configurando-se a comunidade uma proposta a ser implementada. Contudo, ela adverte que o simples “estar junto” não significa necessariamente constituir uma comunidade, uma vez que a experimentação do outro implicaria uma atitude recíproca de interioridade.

Em relação às experiências contemporâneas de “estar junto”, Leila Amaral (2000) diz que nelas o “ideal de comunidade” não está de todo ausente. A partir da observação de centros holísticos “nova era”, essa autora sugere a hipótese de que tais experiências se distanciam tanto dos marcos do individualismo quanto do comunitarismo, sendo ocasiões em que os indivíduos buscam, à sua maneira, um modo intermediário para enfrentar o paradoxo moderno. De qualquer modo, Amaral defende que o “estar junto” pode desencadear um “estar com”, tornando as interações mais próximas das relações do tipo comunitárias.

Jacqueline Scherer (1973, p. 100) defende que, em face da situação de alienação na qual se encontra o homem no interior dos sistemas sociais de massa, “começamos a aceitar que a desolação do isolamento e o perigo de um individualismo levado ao extremo devem ser vencidos a qualquer preço”. Segundo essa autora, na sociedade moderna as grandes organizações são demasiadamente extensas e impessoais para responder satisfatoriamente às necessidades humanas e, ao mesmo tempo a família tornou-se limitada e restrita para fazer face às suas responsabilidades como base da sociedade. Essas e outras conjunturas sociais teriam tornado a comunidade algo mais atraente do que nunca.

Berger & Luckmann (2004) também apontam para a insegurança crescente que motiva os indivíduos a viverem experiências coletivas. Eles advertem que a sociedade moderna vive uma crise de orientação cultural, em que a Igreja, a Escola, a Família e o Estado – instituições que faziam a ponte entre o indivíduo e a sociedade – teriam perdido a capacidade de orientar as aspirações profundas de seus membros. Isso teria feito brotar a insegurança *como norma*, uma vez que a modernização tornou mais difícil a manutenção de todo monopólio de sistemas de valores. Por outro lado, ainda segundo Berger e Luckmann, a modernidade criou ao mesmo tempo a possibilidade da formação de comunidades supraespaciais de convicção.

Portanto, diversos autores têm apontado para o advento de um novo comunitarismo, através do qual se insiste na noção de que cada indivíduo deve ser visto enquanto pessoa que é parte integrante de uma comunidade e não simplesmente nela situado. Esse novo comunitarismo referendaria o entendimento de que comunidade e indivíduo são essenciais um ao outro, muito embora haja entre esses dois polos uma tensão inata e criativa (CASALEGNO & KAVANAUGH, 1998).⁶

Na esteira dessa discussão, podemos incluir a concepção de Manuel Castells (1999) a respeito do aparecimento de “comunas culturais” em torno de identidades de resistência à globalização e à sociedade informacional, perspectiva teórica sobre a qual se apoia esta tese e que será esclarecida mais adiante. Consoante Castells (op. cit., v. 1, p. 43), as pessoas distantes dos corredores do poder e afastadas das instituições falidas da sociedade civil, quando submetidas a ameaças coletivas, constroem refúgios comunais de onde profetas podem proclamar a vinda de novos deuses. Apavorados com a solidão e a incerteza presentes em uma sociedade tremendamente competitiva, esses indivíduos “rogam a Deus que os traga de volta ao estado de inocência em que podiam viver satisfeitos com o patriarcalismo benevolente, de acordo com as leis de Deus”.

O agente individuado tem dificuldades de realizar-se radicalmente numa comunidade, pois esta se apresenta muitas vezes como a sua negação; entretanto, ele não pode prescindir totalmente das ligações comunitárias, posto que a liberdade excessiva lhe é prejudicial. Os instrumentos de controle próprios da “sociedade” (leis e convenções) parecem não ter a mesma força de coercitividade de que dispõem aqueles que são típicos da pré-modernidade (religião e costumes). Desse modo, é possível sugerir que a sociedade moderna acabou reunindo as condições pelas quais os indivíduos sentem a necessidade de buscar experiências comunitárias.

No fim das contas, essa busca representaria uma procura por segurança *existencial*, condição daqueles indivíduos que adquirem sentido de pertença relativamente independente de sua capacidade produtiva e dos recursos materiais de que podem dispor. Segurança que teria relação direta com o estabelecimento de vínculos comunitários, pois a comunidade parece ser a instituição social que melhor se apresenta como uma *matriz* onde as oportunidades de convivência harmônica e não competitiva se multiplicam, favorecendo a

⁶ Para Casalegno & Kavanaugh, esse “novo tribalismo” não estaria em oposição à idéia de transnacionalismo e de globalização, mas seria seu polo, devido à necessidade que as pessoas têm “de pertencer a uma comunidade geográfica, linguística, religiosa, cultural que é visível e que elas podem abraçar” (p. 64).

superação dos problemas gerados pelas condições de vida atuais e pelas incertezas da economia mundial (SOUSA, 2003).

De um lado, a modernidade desmantelou o sistema comunitário tradicional pelo seu projeto de individuação radical. Por outro, essa mesma situação gerou nos indivíduos o desejo de pertença e a busca por formas de agregação. Assim é que o indivíduo moderno, após as múltiplas conquistas em torno de sua autonomia, deseja agora uma comunidade na qual possa se inserir e desfrutar da segurança que esta lhe outorga. Em certo sentido, a tendência histórica se reverte, com a comunidade, ou melhor, as comunidades particulares aparecendo como alternativas às relações do tipo “societárias”.

Todavia, é importante ressaltar que, nas circunstâncias presentes, é impossível e inviável reconstituir a comunidade nos moldes tradicionais. Tampouco se pode falar de “retorno da comunidade”. Com efeito, a sociedade atual encontra-se marcada pela midiatização exacerbada e pela grande quantidade de fluxos informacionais, razão pela qual as vivências comunitárias de hoje não poderão assumir as mesmas características do passado. As novas demandas parecem exigir que as comunidades particulares se estabeleçam dentro da lógica da “sociedade informacional”, cujas características exporemos na seção seguinte.

Não restam dúvidas de que os indivíduos estão efetivamente experimentando novas formas de vida comunitária. Perguntaríamos, então: Quais as características desse novo fenômeno comunal? Como essa forma típica de vida social se acomoda na sociedade contemporânea? Como ela responde às demandas individuais e incorpora os recursos da tecnologia da informação? São essas perguntas fundamentais que geram o objeto de pesquisa do presente estudo, objeto que definimos a seguir, juntamente com o referencial empírico, a perspectiva teórico-metodológica e os procedimentos de pesquisa.

4. Definição do objeto, perspectiva teórico-metodológica e procedimentos de pesquisa

A compreensão a respeito do fenômeno comunitário na sociedade atual é um desafio para as ciências sociais, especialmente para a Sociologia. Depois da aparente superação da forma típica de vida social qualificada como “comunidade”, esta emerge na contemporaneidade com renovado vigor e com características novas. Postulamos que para entender melhor a sociedade contemporânea, é necessário se perguntar sobre como as relações comunitárias se situam nesse novo quadro.

O problema de pesquisa do presente estudo reside, portanto, na relação comunidade/sociedade informacional. Em linhas gerais, ele busca compreender como o fenômeno comunitário se acomoda na sociedade atual, quais as suas características e como essa forma típica de organização social incorpora as novas interações oriundas dos avanços da tecnologia da informação. Para a referida investigação, partimos da hipótese de que um novo tipo de comunidade está surgindo no mundo atual: a comunidade midiática, cuja natureza e forma buscamos na análise empírica da Comunidade de Vida no Espírito Canção Nova.⁷

A Comunidade Canção Nova é uma instituição católica oriunda do movimento de renovação carismática, cuja atividade principal é a veiculação de programas religiosos através de um canal de TV próprio, a TV Canção Nova (TVCN). Ao escolher essa comunidade como nosso referencial empírico, optamos por focalizar sua inserção midiática, inserção esta que não apenas lhe permite disseminar sua mensagem, mas também leva-a a estabelecer relações do tipo “comunitário midiático” com um número significativo de pessoas.

A Comunidade Canção Nova se distingue das demais comunidades de vida no Espírito justamente por este fato: ao utilizar um canal de televisão próprio para propagar sua mensagem, ela transpõe seus limites territoriais e estende a experiência comunitária da qual é portadora para além da relação presencial, estabelecendo com uma parcela significativa do seu público telespectador, notadamente com os que se tornam seus sócios formais, relações que a caracterizam como uma rede comunitária midiática. É nesse sentido que ela se constitui uma “comunidade midiática”, sendo este o aspecto a seu respeito que mais nos interessa.

Ao encampar um estudo que identifique a natureza e as características da Comunidade Canção Nova e sua inserção no espaço midiático televisivo, pretendemos caracterizar o modo como essa comunidade religiosa se constitui *como comunidade*, na sociedade atual marcada pela midiaticização exacerbada e pelas tecnologias da informação. A análise empírica forneceu-nos os elementos para a discussão teórica demonstrativa do modo como as relações comunitárias se perfilam na sociedade contemporânea.

A perspectiva teórica sobre a qual nos apoiamos é aquela formulada por Manuel Castells em torno do que ele denomina de “sociedade informacional”. Em sua conhecida trilogia *A era da informação* (1999),⁸ Castells articula uma teoria para analisar os efeitos da tecnologia da informação no mundo contemporâneo. Ele sugere que o século XX conheceu

7 O conceito de “comunidade midiática” será esclarecido na última seção deste capítulo, enquanto que a revisão bibliográfica sobre as “comunidades de vida no Espírito” será apresentada no segundo capítulo.

8 A partir deste ponto, nas citações de *A era da informação* (1999) será indicado apenas o volume e, quando for literal, as páginas.

“um desses raros intervalos da história” em que a sociedade se transforma, enfatizando que a revolução concentrada nas tecnologias da informação está remodelando a base material da sociedade. Segundo Castells, a informação - dados que foram organizados e comunicados - representa hoje o principal ingrediente de nossa organização social, engendrando o surgimento de um novo modo de desenvolvimento: o informacionalismo que, embora não substitua, altera o modo de produção capitalista.

Para Castells (v. 3, p. 411), a geração, o processamento e a transmissão da informação tornaram-se as fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas:

No informacionalismo, a geração de riqueza, o exercício do poder e a criação de códigos culturais passaram a depender da capacidade tecnológica das sociedades e dos indivíduos, sendo a tecnologia da informação o elemento principal dessa capacidade. (...) De especial importância, foi seu papel ao possibilitar a formação de redes como modo dinâmico e auto-expansível de organização da atividade humana. Essa lógica preponderante de redes transforma todos os domínios da vida social e econômica.

A sociedade informacional, portanto, constitui-se sobre uma estrutura básica em *redes*. “Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades”, sustenta Castells (v.1, p. 497). Elas são cada qual um conjunto de nós interconectados. Por exemplo, cada mercado de bolsa de valores é um nó na rede de fluxos financeiros globais. Um campo de papoula é um nó na rede de tráfico de drogas. Um sistema de televisão é um nó na rede global da nova mídia. Essas redes são múltiplas e estão mais ou menos interconectadas. Castells (v. 1, p. 479) defende que “a presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade”.

Redes são estruturas abertas, com ilimitada capacidade de expansão. Uma rede está sempre passível de integrar novos nós, desde que estes compartilhem os mesmos códigos de comunicação. Assim, “uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico e suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio” (CASTELLS, v. 1, p. 498).

Essa nova morfologia social é abrangente. Chega a ser incontrolável. Para Castells (v. 1, p. 376), “o único modo de controlar a rede é não fazer parte dela, e esse é um preço alto a ser pago por qualquer instituição ou organização, já que a rede se torna abrangente e leva todos os tipos de informação para o mundo inteiro”.

Podemos afirmar que assim como a sociologia do século XVIII, situada no contexto do surgimento da sociedade industrial, concentrou-se na explicação dessa mesma sociedade, os estudos sociológicos de hoje, de maneira geral, convergem para a elaboração de uma teoria social em cujo bojo estão as tecnologias da informação. A presente tese pretende contribuir com essa elaboração, através do estudo de formas comunitárias no interior da sociedade informacional. Fundamentamo-nos, sobretudo, na compreensão de Castells (v.1) de que no novo sistema os agentes sociais dependem da capacidade de gerar, processar e aplicar informações e estão necessariamente inseridos em múltiplas redes de interações que os impedem de estabelecer fronteiras intransponíveis em torno de si.

No contexto da “sociedade informacional”, Castells identifica a emergência de “expressões de identidade coletiva” de cunho religioso, étnico, nacional ou territorial. Segundo esse autor (v. 2, p. 84), elas “aparecem como reação a tendências sociais predominantes, às quais opõem resistência em defesa de fontes autônomas de significado”. Essas “comunidades culturais” são organizadas “em torno de um conjunto específico de valores cujo significado e uso compartilhado são marcados por códigos específicos de auto-identificação: a comunidade de fiéis, os ícones do nacionalismo, a geografia do local”.

Nessas “expressões poderosas de identidade coletiva”, Castells (v. 2, p. 18) inclui:

uma gama de movimentos reativos que cavam suas trincheiras de resistência em defesa de Deus, da nação, da etnia, da família, da região, enfim, das categorias fundamentais da existência humana milenar ora ameaçada pelo ataque combinado e contraditório das forças tecnoeconômicas e movimentos sociais transformacionais.

Por *identidade*, Castells (v. 1, p. 39) entende “o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturas sociais”.⁹ Esse atributo ou conjunto de atributos prevalece sobre as outras fontes de significado. Castells (v. 1, p. 23) considera ainda que “a identidade está se tornando a principal e, às vezes, única fonte de significado em um período histórico caracterizado pela

9 Castells distingue *identidade* daquilo que os sociólogos chamam tradicionalmente de “papéis sociais”. Identidades constituem fontes de significado construídas por meio de um processo de individuação que só se confunde com os papéis sociais (por exemplo, ser pai, mãe, trabalhador) no momento em que uma dessas funções é a mais importante autodefinição do ponto de vista do ator (cf. CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. 2 ed. Tradução de Klaus Braudini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v.2, p. 23).

ampla desestruturação das organizações, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e expressões culturais efêmeras”.

Servimo-nos do esquema conceitual desse autor para argumentar que as comunidades de vida no Espírito católicas constituem um exemplo dessas “comunidades culturais” que emergem da construção de identidades coletivas autônomas.¹⁰ O elemento de autodefinição dessas comunidades é arquitetado graças à experiência religiosa compartilhada, com os atributos étnicos, familiares, territoriais ou nacionais ficando em segundo plano. Argumentamos ainda que a Comunidade Canção Nova pode ser qualificada como uma expressão coletiva de *identidade*. Contudo, se por um lado ela expressa reação contra os valores da sociedade secularizada, por outro, acomoda-se à sociedade informacional na medida em que se utiliza da mídia para disseminar sua mensagem e agregar novos membros, formando com eles uma rede comunitária que se sustenta midiaticamente.

Como constata Oliveira (2003, p. 105):

De um lado, a vida comunitária 'no Espírito'; de outro, a missão evangelizadora. Se por um lado [a Canção Nova] parece fechar-se em si mesma, como uma 'comunidade-fora-do-mundo', dialoga constantemente com o mundo quando, por exemplo, utiliza a mídia eletrônica para propagar sua filosofia comunitária de 'viver no Espírito' e de salvação evangélica.

O próprio conceito de “fundamentalismo religioso”,¹¹ utilizado por Castells (op. cit.) como exemplo de um processo de construção da identidade coletiva, pode ser aplicado à Comunidade Canção Nova. O termo “fundamentalismo”, originado nos Estados Unidos e amplamente utilizado em todo o mundo, adquiriu conotação pejorativa, associado a rigorismo exclusivista, fanatismo, exagero e violência. Sem dúvida, esse não é o perfil da Canção Nova.

Para Castells (v. 2, p. 29), *fundamentalismo* é “a construção da identidade coletiva segundo a identificação do comportamento individual e das instituições da sociedade com as normas oriundas da lei de Deus, interpretadas por uma autoridade definida que atua como intermediária entre Deus e a humanidade”. Ora, a Canção Nova define sua identidade a partir

10 Em Castells, o limite conceitual entre “comunidade” e “identidade” é bastante tênue, razão pela qual, aqui, consideramos que o agrupamento comunitário reflete precisamente o forte senso de identidade coletiva que existe entre os indivíduos. Na medida em que estes constroem significado com base num conjunto de atributos que prevalece sobre as outras fontes de significado, a vinculação comunitária aparece como uma possibilidade quase inevitável, momento em que a identidade assume maior formalidade e coesão.

11 O fundamentalismo religioso é considerado por Castells como provavelmente “a maior força de segurança pessoal e mobilização coletiva nesses anos conturbados” (CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 2 ed. Tradução: Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 1, p. 23). Seus agentes são incluídos por ele “entre os sujeitos potenciais da Era da Informação” (CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. 2 ed. Tradução de Klaus Braudini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 2, p. 425).

das normas religiosas do catolicismo, interpretadas à luz da visão carismática do seu fundador, o padre Jonas Abib. Assim, poderíamos dizer que a Canção Nova, enquanto constituição de identidade, é um tipo de fundamentalismo religioso capaz de mobilizar coletivamente e oferecer segurança pessoal aos seus membros.

O fundamentalismo – ainda segundo Castells (v. 2, p. 42) – é um movimento reativo, voltado à construção da identidade social e pessoal “com base em imagens do passado projetadas em um futuro utópico, visando a superação do insustentável tempo presente”. A construção dessa identidade parece ser “uma tentativa de reafirmação do controle sobre a vida” (CASTELLS, v. 2, p. 43). Para o fundamentalismo em geral, assim como para a Canção Nova, os desígnios de Deus – da forma como são interpretados por eles – são a única maneira de solucionar os problemas pessoais e sociais em uma vida cada vez mais imprevisível e incontrolável.

A trilogia castelliana é muito abrangente. Suas análises atingem as questões políticas, econômicas, culturais e religiosas que se contextualizam na emergência da “sociedade informacional”. No presente estudo, apoiamo-nos principalmente sobre a sua formulação em torno do novo contexto *cultural* da sociedade contemporânea, a saber, aquele marcado pelas interações oriundas das tecnologias da informação e da sociedade em rede. A reflexão de Manuel Castells (1999) deu suporte tanto à discussão teórica quanto à análise empírica, pois, a nosso ver, o fenômeno comunitário contemporâneo deve ser interpretado à luz da nova situação cultural resultante do avanço dessas tecnologias. Além disso, a Comunidade Canção Nova pode ser qualificada como uma expressão de identidade coletiva que resiste à secularização ao mesmo tempo em que se insere na sociedade informacional e se constitui como uma rede comunitária midiática.

Explicitada a perspectiva teórica, resta-nos esclarecer a metodologia e os procedimentos de pesquisa utilizados. A postura metodológica adotada foi a da sociologia compreensiva de Max Weber, através da construção de um tipo ideal fundamental para a investigação: a comunidade midiática. Os tipos ideais não existem enquanto realidade pura, mas é um ponto de partida conceitual, um mecanismo metodológico que confere univocidade aos fenômenos (WEBER, 1993).

Sustentamos que a adoção de um conceito típico ideal, enquanto procedimento metodológico, é um instrumento eficiente para ordenar a observação, descrição e interpretação de ações e de relações sociais. Por causa disso, na trilha da própria tradição sociológica, partimos do conceito de “comunidade midiática” para qualificar o tipo de interação social que se realiza numa dada circunstância histórica. A adoção de um conceito

típico ideal constituiu, por assim dizer, o núcleo metodológico central de nossa pesquisa empírica.

Enquanto procedimentos, a pesquisa se orientou, em primeiro lugar, pela *etnografia*, no sentido de que envolveu o que os antropólogos chamam de "observação participante". Entendemos essa modalidade como um ato cognitivo produto da interação, que valoriza o aspecto dialógico, mas que não ignora nem abre mão da construção de significações próprias do olhar do pesquisador (OLIVEIRA, 1996). O trabalho etnográfico não se reduz à decifração de mecanismos culturais, mas também procura tirar conclusões efetivas, considerando inclusive os fatos aparentemente sem significado.

A observação participante se processou na sede da Comunidade Canção Nova, em Cachoeira Paulista-SP, onde procuramos investigar o *ethos* comunitário interno, gerador da comunidade midiática. Fizemos também ampla observação da programação da TV Canção Nova, procurando analisar o conteúdo da mensagem televisionada e os mecanismos utilizados para que se estabeleçam relações comunitárias midiáticas com o público telespectador.

O conteúdo dessas relações foi verificado também a partir de outros procedimentos, como por exemplo a análise das revistas que são endereçadas mensalmente aos sócios da Canção Nova. Especial atenção demos à aplicação de um questionário básico com uma amostra qualificada dos sócios, encartado na própria *Revista Canção Nova* mediante um acordo firmado entre nós e a Fundação João Paulo II (mantenedora da Canção Nova). Através desse questionário, procuramos traçar um perfil dos sócios da Canção Nova, medindo também: a) a intensidade com que assistem à TVCN; b) o nível de vinculação com esta, bem como de ruptura com a comunidade territorial; e c) motivações para contribuir financeiramente com a comunidade.

Algumas entrevistas com informantes-chaves serviram para identificar como a Canção Nova se enxerga a si mesma, assim como, para compreender aspectos objetivos de sua organização midiática. Entre essas entrevistas, destacamos a que foi gravada com o fundador da Comunidade Canção Nova, o sacerdote católico Jonas Abib. As opiniões nela contidas significam o posicionamento do principal iniciador e mentor desse projeto comunitário.

Enfim, o processo de pesquisa não excluiu a busca e análise de fontes documentais: arquivos, artigos, livros, vídeos e CDs da própria comunidade, entre outras. Concomitantemente, foi preciso estabelecer um diálogo com a produção científica a respeito do fenômeno comunitário atual e da sociedade informacional, a fim de promover uma reflexão que pudesse responder às principais questões propostas nesta tese.

Os procedimentos de pesquisa incluíram, portanto: a) levantamento bibliográfico inicial a respeito do fenômeno comunitário contemporâneo, da sociedade midiaticizada e das comunidades de vida no Espírito; b) o trabalho de campo para coleta de dados, com base no referencial metodológico já indicado e estruturado a partir das técnicas estabelecidas; c) a análise dos dados e formulação da tese fundamental deste trabalho. Evidentemente, esses três momentos, embora distintos, estiveram em simultânea interação, sem que necessariamente tenham se sucedido linearmente.

Estamos conscientes de que nenhuma perspectiva teórica ou metodologia é capaz de explicar a sociedade em todos os seus matizes e de que a ciência social pretende praticar uma investigação que ajude a interpretar a realidade. Por causa disso, no presente estudo, a investigação se concentra sobre um fragmento dessa mesma realidade, a saber a Comunidade Canção Nova e o modo como ela se constitui uma “comunidade midiática”. É sobre a relação entre comunidade e mídia e sobre os elementos conceituais de uma “comunidade midiática” que se concentram substancialmente as seções seguintes deste capítulo.

5. Sociedade e tecnologia

O avanço tecnológico e suas consequências para a sociedade constituem motivo de divisão entre os pensadores. Os sinais desse progresso, cujas origens mais distantes podem ser encontradas no século XVIII, provocaram, de um lado, um otimismo societário, que apresenta como ponto de apoio a emancipação das cadeias econômicas e a realização individual do ser humano mediante a técnica e, de outro, o receio de que a tecnologia seja uma armadilha montada para si mesma pela humanidade progressista.

Consoante Francisco Rüdiger (2007), a reflexão moderna sobre a técnica pode ser, grosso modo, dividida em duas posições opostas inspiradas em duas figuras exemplares da tradição mitológico-literária do Ocidente: os *tecnófilos* (prometeicos) e os *tecnófobos* (fáusticos). A razão da referida repartição está no fato de que, ao menos aparentemente, “a época da máquina é, para a consciência humana, uma época de esperança e horror, ambígua e confusa” (RÜDIGER, op. cit., p. 14). Enquanto para uns, a tecnologia é igualada ao progresso e à promessa de um mundo de abundância, livre da labuta, para outros, ela evoca a visão de um mundo enlouquecido, fora de controle.

Os pensadores *tecnófilos* defendem a faculdade emancipatória e beneficente da técnica moderna e os *tecnófobos* consideram que a tecnologia “não apenas difunde novos fins a partir

da invenção de seus meios, mas tende a se estabelecer como fim em si mesma, como finalidade transcendente à própria humanidade” (op. cit., p. 18). A corrente tecnófoba é propensa a diagnosticar as transformações promovidas pelo fenômeno como agressões à vida humana.

Apesar de representarem dois polos de pensamento, as duas correntes conferem faculdades extraordinárias à técnica, compactuando, grosso modo, com o êxtase social que se exprime perante esses avanços. Na maior parte dos contextos, a situação chega a ser de deslumbramento diante do progresso tecnológico. O que é manual, artesanal ou lento é visto como coisa do passado e simbolicamente arcaico, do mesmo modo como, na modernidade, as ciências tecnológicas ganham predominância em relação às ciências humanas.

Gouldner (1978) considera a tecnologia como uma panaceia, o símbolo secularizado da potência ilimitada e da unificação cósmica que antes eram oferecidas pela religião. Stiegler (1994), por sua vez, sustenta que a técnica forma um sistema inscrito nas próprias coisas, um paradigma imanente ao modo de ser do mundo humano atual, de modo que os processos de tomada de decisão se tornam cada vez mais técnicos em detrimento de outros fatores.

Essa tendência tecnocêntrica consolidou-se na sociedade ocidental com o advento das novas tecnologias ligadas à comunicação, cujo momento explosivo se deu quando o computador se uniu às redes telecomunicacionais (SANTAELLA, 2003). Isso alterou substancialmente os modos de circulação do saber, constituindo-se numa das maiores transformações da sociedade na contemporaneidade (MARTÍN-BARBERO, 2006). A informação aparece como uma energia efetiva, ou, do ponto de vista econômico, como um fator de produção, que se iguala na sua importância aos fatores “capital” e “trabalho”, ou até mesmo os supera (STOCKINGER, 2001). Ela é a matéria primeira da economia global movida pela tecnologia e não tem fronteiras geográficas nem políticas (CASALEGNO & KAVANAUGH, 1998).

Um dos ícones dessa nova era é a internet. A cada minuto que passa, mais computadores são disponibilizados, novas informações são injetadas na rede e mais pessoas têm acesso a elas. O surgimento da internet obedeceu a um critério de *big bang*, desencadeando um fluxo de informação e comunicação em rede que se expande em escala universal e sem parar. A interconexão mundial de computadores gerou aquilo que se convencionou chamar de *ciberespaço*, um ambiente de comunicação aberto que tende a provocar um efeito tão radical sobre a pragmática das comunicações quanto teve, em seu tempo, a invenção da escrita (LEVY, 1999). Com o ciberespaço triunfa a imagem de uma

rede universal que conecta todos os indivíduos em escala planetária, constituindo uma espécie de “inteligência coletiva” (MUSSO, 2006).

Para Howard Rheingold (1998), a internet, e mais especificamente as comunidades virtuais, significa um passo importante para o renascimento da esfera pública,¹² uma vez que ela possibilita a interação múltipla em tempo real, constituindo-se num dispositivo todos-todos, diferente, por exemplo, do telefone (dispositivo um-um) ou da televisão (dispositivo um-todos).

Manuel Castells (2002, 2006) considera a internet o fundamento tecnológico da nova forma de organização social, em que o capitalismo vive a passagem do padrão industrial para o padrão informacional de desenvolvimento. Para esse autor, apesar de ter se convertido em um instrumento essencial para a atividade econômica, a internet é fundamentalmente um espaço social. A rede mundial de computadores não é um instrumento de liberdade, mas também não é uma arma a serviço de uma dominação e pode sim contribuir para a democratização da sociedade, uma vez que põe os cidadãos em contato numa espécie de agora pública.

O filósofo francês Pierre Lévy é um dos mais ardorosos e otimistas pesquisadores desse novo espaço. Em *Cibercultura* (1999) é possível encontrar uma síntese de suas principais ideias. Para esse autor, o ciberespaço é desterritorializante por natureza e “permite que os indivíduos e os grupos encontrem as informações que lhes interessam e também que difundam sua versão dos fatos (inclusive com imagens) sem passar pela intermediação dos jornalistas” (LÉVY, op. cit., p. 203). Tal difusão estaria, inclusive, acima das legislações nacionais que, obviamente só podem ser aplicadas dentro das fronteiras dos Estados.

Para caracterizar a diferença de natureza entre o espaço territorial e o ciberespaço, Lévy diz que ela não consiste apenas nas propriedades físicas e topológicas, mas também na qualidade dos processos sociais: as instituições territoriais são, antes, hierárquicas e rígidas, enquanto que as práticas dos cibernautas têm a tendência de privilegiar os modos transversais de relação e a fluidez das estruturas. Para ele, a articulação dos dois espaços “não consiste em *eliminar* as formas territoriais para *substituí-las* por um estilo de funcionamento ciberespacial. Visa antes compensar, no que for possível, a lentidão, a inércia, a rigidez indelével do território por sua exposição em tempo real no ciberespaço” (op. cit., p. 195).

12 Entendida aqui de acordo com a concepção de Jürgen Habermas (cf. HABERMAS, Jürgen. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Dom Quixote, 1998).

Os estudiosos em geral concordam que os novos dispositivos informacionais e comunicacionais são portadores de grandes mutações culturais e que esse é um fenômeno ao mesmo tempo irreversível e indeterminado. Assim, a sociedade mover-se-ia de maneira explosiva e ainda imprevisível, com alguns considerando que o projeto tecnológico pode ser conduzido para o campo do próprio modo de ser humano. Essa concepção faz parte da reconstrução da teoria da sociedade no momento em que a máquina perdeu a condição de algo a ser apenas cultuado e parece ter adquirido a qualidade de coisa constitutiva da pessoa humana.

A *cibercultura* seria esse movimento histórico de conexão dialética entre o sujeito humano e suas expressões tecnológicas, em que a identidade dos indivíduos tende a se basear nas informações fornecidas a seu respeito por meios mecânicos.¹³ O essencial de cada indivíduo passaria a ser o padrão que o informa no plano genético e cerebral. O ciberespaço desenharia um mecanismo super panóptico de vigilância total em que o arquivamento de todas as interações sociais em múltiplos bancos de dados interrelacionados, transmutaria as vidas humanas em informação (RÜDIGER, 2007).

Escritores futuristas consideram que a espécie humana está ficando obsoleta e anunciam o fim da história humana e o início da história virtual. Noutras palavras, a tecnologia maquinística tenderia historicamente a determinar o modo de ser do homem e de seus artefatos, colocando em xeque a própria condição humana de sujeitos pensantes. Isso significaria uma reengenharia tecnológica do ser humano, num sentido que, no limite, tende a ser “pós-humano”.

Hannah Arendt (1993, p. 163), por exemplo, considera que “os aparelhos, que antes manejávamos tão livremente, começam a parecer carapaças, partes integrantes do nosso corpo”. E que “a tecnologia realmente já não parece ser produto de um esforço humano consciente [...], mas sim uma evolução biológica da humanidade na qual as estruturas inatas do organismo humano são transplantadas, de maneira crescente, para o ambiente do homem”.

Assim como em relação aos primeiros avanços tecnológicos, a análise sobre as novas tecnologias da informação e suas conseqüências para a vida social segue também duas tendências, como sintetiza Santaella (2003, p. 25):

13 O referido movimento se forma precisamente a partir da convergência entre o social e o tecnológico (cf. LEMOS, André. *Ciber-socialidade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Disponível em www.facom.ufba.br. Consulta em 02 de maio de 2006).

De um lado, celebrações pós-modernas das tecnologias asseveram que estas são tão benéficas que serão capazes de realizar proezas que os discursos humanistas nunca conseguiram atingir. De outro lado, elegias sobre a morte da natureza e os perigos da automação e desumanização contrariam as expressões salvacionistas.

Santaella (op. cit.) distingue três momentos sucedâneos, mas que hoje se encontram em convergência, pelos quais teriam passado a sociedade moderna: cultura de massas, cultura das mídias e cultura digital. A cultura de massas se caracteriza pela veiculação de informações para serem consumidas massificadamente, a partir do que se convencionou chamar de “indústria cultural”. A cultura digital tem como marca principal a busca dispersa, alinear, fragmentada e individualizada da mensagem e da informação. A “cultura das mídias” está situada entre as outras duas. Trata-se de uma formação comunicativa e cultural intermediária que “tem como principal característica propiciar a escolha e consumo individualizados, em oposição ao consumo massivo (SANTAELLA, op. cit., p. 15). Essa “cultura das mídias” preparou a sensibilidade dos usuários para o advento da cultura digital.

Há uma corrente de pensadores esperançosa de que as novas tecnologias ajudem a instaurar um momento promissor para o exercício da democracia e para a aproximação dos indivíduos e dos povos (PAIVA, 2007). Nela se incluem, além de Pierre Lévy, tecnófilos como Nicholas Negroponte, Phillippe Quéau e Alvin Toffler (RÜDIGER, 2007). A eles se associa Richard Barbrook (2001), para quem o ciberespaço deve ser explorado numa perspectiva social-democrata, senão cibercomunista.

Mas há também aqueles que questionam as narrativas que conferem às novas tecnologias universalidade e cunho revolucionário. Nestor Castoriadis (1982), por exemplo, sustenta que as pessoas esperam a salvação ou o infortúnio das máquinas quando elas, por si sós, não têm essa capacidade. Ele relativiza as pretensões totalizadoras e exclusivistas do poderio tecnológico, advertindo que o projeto de mundo concebido por meio dele possui muito de fantasia e imaginação. Para esse autor, a tecnociência moderna é congênita à expansão do capital e não pode ser salva em favor de qualquer outra instituição.

Outro que se posiciona de maneira bastante reticente é Armand Matellart (2006, p. 245), para quem “a distância entre as promessas baseadas nas tecnologias digitais e seus usos reais, em proveito da felicidade de todos os humanos, não deixa de aumentar dia após dia”. E isso, consoante Matellart (op. cit.), é bastante preocupante, para não dizer escandaloso, do ponto de vista ético.

Também é possível incluir nesse rol o decano carioca Muniz Sodré, para quem “as transformações tecnológicas da informação mostram-se francamente conservadoras das velhas estruturas de poder, embora possam aqui e ali agilizar o que, dentro dos parâmetros liberais, se chamaria de ‘democratização’” (SODRÉ, 2009, p. 12-13).

Além desses dois polos, não faltam aqueles que adotam posições intermédias. Michael Heim encontra um terceiro grupo, que ele denomina “dos céticos”; estes assumem a atitude de “deixar acontecer para ver como é que fica”. Heim propõe que se exerça uma posição “dialética” de um realismo virtual como mediadora entre o realismo ingênuo e o idealismo das redes (SANTAELLA, 2003). André Lemos (2002), por sua vez, afirma que a cibercultura caracteriza-se por uma atitude de apropriação criativa das novas tecnologias, mas, apesar disso, é preciso tomar cuidado ao pensar que é possível suprimir o lado ruim para ficar só com o bom.

De qualquer modo, à ciência social convém mostrar que a tecnologia não é uma força neutra, mas também não é em si mesma malévola ou benéfica. Apesar do capitalismo ter transformado a tecnologia em um princípio de dominação política, isso não fecha totalmente as possibilidades de transformação. O problema é que, conforme alerta Rüdiger (2007), os homens podem acabar concluindo que sua sublimação digital é mais vantajosa para si do que a manutenção da própria condição humana.

6. A midiatização da sociedade

Os riscos que os avanços tecnológicos comportam são evidentes, mas sua apreensão não elimina o fato de que eles se apresentam cada vez mais como constitutivos da vida social. Na sociedade atual, a ideia de progresso humano foi substituída pela ideia de progresso tecnológico e a civilização se liga mais estreitamente aos processos eletrônicos de comunicação (CASALEGNO & KAVANAUGH, 1998).

Foram as tecnologias da informação que possibilitaram a “midiatização” da sociedade. A midiatização distingue-se de “mediação” simbólica – característica de todas as culturas. Trata-se de uma ordem de mediações socialmente realizadas a que poderíamos chamar de “tecnointeração”, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica da realidade sensível. A midiatização condiciona a experiência vivida e implica um novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na classificação aristotélica das formas de vida, um *bios* específico (SODRÉ, 2009).

No mundo de hoje, as relações sociais e os processos de produção simbólica estão cada vez mais midiáticos, com a sociedade contemporânea regendo-se pela *mediatização*, quer dizer, pela tendência à virtualização ou telerrealização das relações humanas (MORAES, 2006; SODRÉ, 2009). No estágio atual, as mediações institucionais, típicas da modernidade, estão perdendo força, dando lugar à mediação tecnológica (GÓMEZ, 2006).

As mídias estão em toda parte. A relação dos indivíduos com elas é inteiramente natural. Todd Gitlin (2003, p. 38) argumenta que o barulho causado pelas mídias é “o zumbido do inconseqüente, aquilo que apenas existe”, pois elas não fornecem simplesmente informações, mas são presenças envolventes. Por causa disso, “esperar que imagens e sons surjam (...) parece tão normal quanto esperar que o sol nasça”. Crescer na sociedade moderna é, segundo Gitlin (op. cit., p. 25), “crescer na expectativa de que imagens e sons estarão à nossa disposição”.

Diversos temas só são conhecidos através das mídias, que dispõem de elementos suficientes para omitir, enfatizar, acrescentar ou mesmo mentir sobre qualquer matéria em questão. “O mundo é assim; as mídias fazem com que pareçam assado”, adverte Gitlin (op. cit., p. 10). As mídias oferecem simulações de mudanças com as quais as pessoas se identificam, preenchendo o vazio deixado pela perda de estima para com a própria realidade. Os programas midiáticos apresentam situações de mudança na vida diária dos cidadãos (aparência física, família, comportamento cotidiano, condição social) que podem significar uma válvula de escape num mundo inconformado consigo mesmo (VILCHES, 2006).

Para Castells (1999, v. 1, p. 285), a realidade é vista conforme são nossas linguagens e, no mundo atual, nossas linguagens são nossas mídias: “O conhecimento que nós temos dos fatos que acontecem além do nosso meio social imediato é, em grande parte, derivado de nossa recepção de formas simbólicas mediadas pela mídia”. Dessa maneira, as mídias se tornam uma espécie de suporte da consciência prática. Como sistema, elas se constituem uma voz pública, chegando a configurar pensamentos comuns e servindo para fornecer parâmetros interpretativos da realidade (MATTELART, 2000).

Nos momentos de consumo midiático, a velocidade, a efemeridade e a simultaneidade aumentam o prazer. As pessoas têm dificuldades, por exemplo, de assistir a programas demorados e preferem aqueles cujo desfecho é mais rápido. Se possível, consomem duas ou três mídias simultaneamente. Quando isso não é possível, o *zapping* na TV é a atitude mais comum:

A ruptura da narração e a preeminência do fluxo de imagens que aí se produzem encontram sua expressão mais certa no *zapping* com o qual o telespectador, ao mesmo tempo em que multiplica a fragmentação da narração, constrói com seus pedaços um outro relato, um duplo, puramente subjetivo, intransferível, uma experiência incomunicável (MARTIN-BARBERO, 2006, p. 75).

Isso sinaliza uma ruptura com a ordem linear de pensamento que caracterizou a primeira modernidade. Moraes (2006, p. 34.36) chega a pleitear uma “tirania da velocidade fortuita” ou um “culto ao fugaz” em que “a inculcação do prazer da efemeridade está no cerne do disciplinamento do consumidor”. As mídias “seqüestram os acontecimentos” (LIBÂNIO, 1995). Elas se transformaram “em máquinas de produzir o presente, ou seja, acham-se dedicadas a fabricar o esquecimento” (MARTIN-BARBERO, 2006, p. 71). A instantaneidade das transmissões, ao mesmo tempo em que transforma a informação em novidade, a esvazia de historicidade (GÓMEZ, 2006).

Sodré (2006, p. 23) argumenta que:

Da mídia para o público não parte apenas influência normativa, mas principalmente emocional e sensorial, com o pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social, onde identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos de natureza supostamente éticos passam pelo crivo de uma invisível comunidade do gosto, na realidade o gosto ‘médio’, estatisticamente determinado.

Para Sodré (2009), o campo midiático é uma dimensão particular da cultura do espetáculo. As mídias iluminam a realidade que querem impor como tal e escurecem os dados históricos que querem ocultar. Elas ditam o que deve ser discutido, requalificando a vida social e levando o usuário a interpretar a realidade a partir das concepções midiáticas. Segundo esse autor, o discurso midiático – retórico, rápido, simples – infantiliza o público que o recebe, impedindo o raciocínio, a crítica e a reflexão.

Em *Ideologia e cultura moderna* (1995), John Thompson dá forte ênfase à midiatização da sociedade, considerando que a natureza e abrangência da circulação de formas simbólicas assumiram um aspecto novo e qualitativamente diferente. Segundo Thompson, preocupada com o suposto processo de secularização e racionalização, a teoria social tendeu a negligenciar um processo de muito maior significado: a proliferação rápida de instituições e meios de comunicação de massa.

A compreensão desse processo – diz ele - é fundamental para se entender o mundo de hoje, um mundo que é sempre mais atravessado por redes institucionalizadas de comunicação e em que as experiências das pessoas estão cada vez mais mediadas por sistemas técnicos de produção e transmissão simbólica (THOMPSON, 1995, p. 21).

Hoje em dia, o poder das mídias é entendido não mais na perspectiva de um “quarto poder”. As mídias produzem poderes que não ocupam lugares determinados na hierarquia social. Sua presença (ou onipresença) deve ser vista mais na perspectiva foucaultiana, de poderes fluidos e sem localização. São poderes multifacetados; nem é o quarto nem o primeiro poder, no singular, mas uma “máquina” de poderes, no plural (BARROS, 2002). Conquanto não sejam os únicos detentores de poder, os meios de comunicação parecem ser a principal arena de disputa por ele (CASTELLS, 1999, v. 3).

Contemporaneamente, a comunicação tornou-se uma experiência ternária: entre as instâncias que se relacionam, pessoas ou grupos, estão as imagens. Trata-se, muito provavelmente, de um predomínio das imagens sobre as palavras, assim como das formas sobre os conteúdos. Assim, “a idéia não tem tempo para nascer: a imagem logo ocupa o espaço da consciência” (PLÉTY, 1999, p. 9). A dependência da imagem pode isolar o indivíduo e lhe propor simulações do próximo (AUGÉ, 2006).

Martin-Barbero (2006, p. 67.72.74) considera a época presente um tempo que “encobre com imagens sua falta de idéias”. Ele defende que “a mudança mais desconcertante para o racionalismo com o qual se identificou a primeira modernidade talvez seja a que introduz o novo estatuto cognitivo da imagem”. A imagem está se emancipando da suspeita racionalista, sendo percebida pela nova *episteme* como possibilidade de experimentação: “É nas novas gerações que essa cumplicidade opera mais fortemente, não porque os jovens não saibam ler ou leiam pouco, mas, sim, porque sua leitura já não tem o livro como eixo e centro da cultura”.

Das mídias todas, talvez a que melhor explore essa dimensão da imagem seja a televisão. Pesquisas recentes revelam que a maioria das pessoas gasta com a TV tempo suficiente para que as residências deixem de ser espaços exclusivos de convivência familiar. O poder de influência das mídias é possível também graças à frequência e intensidade com que as pessoas as consomem. O tempo médio para japoneses, brasileiros e americanos beiram as cinco horas diárias, fazendo da TV um instrumento preponderante na formação cultural, suplantando não só a família como também a escola (MORAES, 2006).

A imagem televisiva atrai, prende, suspende a pessoa num universo encantador. Os aparelhos de TV transformaram-se em verdadeiras *companhias* para seus usuários, sem o que estes não conseguem escapar do tédio. Estudos têm mostrado que poucas são as pessoas que escolhem antecipadamente o programa a que assistirão. Em geral, elas decidem assistir à TV e só depois que os programas são examinados é que escolhem o mais atrativo e menos maçante (CASTELLS, 1999).

A televisão fornece quadros de referência para a construção da subjetividade dos indivíduos na modernidade. Ela deu origem a uma nova categoria de ação, que é desenvolvida com a finalidade de ser televisível: “Hoje, parte dos objetivos das ações, tais como demonstrações de massa e seqüestros, reuniões de cúpula e visitas oficiais, tem como finalidade gerar eventos televisíveis que possibilitarão às pessoas ou grupos se comunicarem com audiências remotas e amplas” (THOMPSON, 1995, p. 303).

Por outro lado, as ações individuais tendem a ser julgadas positivamente dependendo muito mais da repercussão midiática do que de motivações solidaristas avaliáveis por princípios de comunidade (SODRÉ, 2009).

Para Marc Augé (2006) as imagens televisivas fazem pelo menos três coisas: a) iguala os acontecimentos, causando a impressão que milhões de mortos no Afeganistão e a perda da copa do mundo são igualmente trágicos; b) iguala as pessoas, transformando em estrelas artistas musicais assim como políticos responsáveis pelo governo das nações; c) torna incerta a distinção entre o real e a ficção, com cenas de guerra tendo aparência de videogame.

Não há como compreender a sociedade moderna sem considerar sua midiaticização. Sobre esse fenômeno se debruça a ciência social que, em linhas gerais, tende a assumir duas posturas de análise. A primeira, voltada para a produção midiática e sua capacidade de influência social, desemboca numa visão de que os meios servem a interesses políticos e ideológicos bem definidos. Essa postura se constrói a partir de uma visão crítica do capitalismo. A segunda postura privilegia os receptores dessas mensagens, indicando que o público reinterpreta o conteúdo midiático de acordo com seus interesses e levando em consideração seu substrato cultural e experiências prévias, constituindo-se, no fim das contas, no segmento responsável por determinar o que é veiculado midiaticamente. Segundo Carranza (2005), no primeiro grupo estão a Escola de Frankfurt e a Escola de Chicago; no segundo, os *Cultural Studies* e a Sociologia Interpretativa.

Na primeira perspectiva, a sociedade midiaticizada estaria sob o comando da lógica capitalista e os meios de comunicação de massa seriam produtores de alienação, impossibilitando a mobilidade social. A televisão representaria um dos espaços por excelência

onde se ampliaria a ação da indústria cultural. Partilham desse entendimento autores como Guy Debord, David Harvey, Fredric Jameson e, em certa medida, Pierre Bourdieu.

Em *A Sociedade do Espetáculo* (1997), Debord sustenta que os meios de comunicação utilizam-se de signos e imagens para reproduzir um espetáculo capaz de promover o consumo. Para ele, o sistema capitalista, assim como o socialismo,¹⁴ é sustentado pela ideologia do espetáculo, em que as pessoas deixam-se levar com facilidade pela propaganda e pelas ideias que são veiculadas através dos meios de comunicação. Relacionada a essa espetacularização está a criação de celebridades, inclusive políticas e religiosas, fato que vincula a difusão de valores ao uso de estratégias de mercado.

A visão de Debord beira o pessimismo radical, pleiteando que sob a “sociedade do espetáculo” esconde-se a mediocridade política e a ideológica. Esta visão tem influenciado vários pensadores. Entre eles está Douglas Kellner (2006), para quem, na cultura midiática globalizada, as celebridades são divindades fabricadas e administradas e a própria política contemporânea é controlada pela lógica do espetáculo. Kellner adverte ainda que os rituais culturais de espetáculo celebram os valores mais profundos da sociedade capitalista: a competição, o sucesso e o dinheiro.

Segundo Marc Augé (2006, p. 106), a exposição cotidiana ao espetáculo pode gerar uma forma de passividade, assim como pode desenvolver

uma forma de solidão, na medida em que os convida à navegação solitária e na qual toda telecomunicação abstrai a relação com o outro, substituindo com o som ou a imagem o corpo a corpo e o cara a cara; enfim, uma forma de ilusão, na medida em que deixa a critério de cada um a elaboração de pontos de vista, opiniões em geral bastante induzidas, mas percebidas como pessoais.

Em *Sobre a televisão* (1997), Pierre Bourdieu descreve como as esferas de produção cultural são influenciadas pelos diferentes mecanismos da TV e como ela se mantém como um poderoso instrumento de manutenção da ordem simbólica. Segundo Bourdieu (op. cit., p. 77), os pontos de vistas veiculados pelo jornalismo televisivo são condicionados pela sua busca incessante por audiência e mercado: “O universo do jornalismo é um campo, mas que está sob a pressão do campo econômico por intermédio do índice de audiência. E esse campo muito heterônomo, muito fortemente sujeito às pressões comerciais, exerce, ele próprio, uma pressão sobre todos os outros campos, enquanto estrutura”.

14 O texto é de 1960, quando o regime socialista estava em plena opulência na URSS e no Leste Europeu.

Na segunda perspectiva de análise, na qual se incluem autores como Raymond Williams, Edward Thompson, Nestor Canclini, Jesús Martín-Barbero e Stuart Hall, aponta-se para a possibilidade de interpretar os meios de comunicação para além de sua função ideológica e alienante. Revestindo o consumidor de certa consciência crítica, independente do conteúdo de seu substrato ideológico, esses e outros autores propuseram uma leitura dos meios de comunicação de massa a partir da recepção, conferindo ao público maior grau de autonomia diante da produção midiática.

Segundo essa interpretação, apesar de o emissor ter intenções claras ao transmitir sua mensagem, a apropriação desta por parte do receptor se faria inserido num processo de comunicação ativa. O receptor não seria um polo passivo. Ele se apropriaria das mensagens midiáticas a partir de suas próprias necessidades pessoais e em confronto com sua experiência prévia de vida. Stuart Hall (1997), por exemplo, indica que o ato comunicativo passa por um processo de codificação e decodificação. O primeiro seria tarefa da produção midiática; o segundo, da audiência. As pessoas decodificam as mensagens de forma acrítica, contrastiva ou negociada. Assim, não se pode atribuir a apenas um dos lados o papel de sujeito no processo de elaboração e constituição da sociedade midiática e dos seus conteúdos.

Em última análise, os argumentos de ambas as correntes procedem. Pois a mídia é influente, mas não onipotente. De qualquer modo, ela é capaz não só de mudar comportamentos, mas também de servir como base para a constituição de novas sociabilidades. “Mesmo não sendo todo-poderosos, os meios de comunicação contêm em si a potencialidade de veicular valores morais, éticos e culturais, até, de confrontar valores religiosos, constituindo-se numa outra opção na construção das subjetividades individuais” (CARRANZA, 2005, p. 200).

Nesse particular, Castells assume uma posição equilibrada. Ele critica a noção de “cultura de massas”, enfatizando a autonomia da mente humana e dos sistemas culturais individuais na finalização do significado real das mensagens recebidas. Isso não significa, conforme adverte, “que os meios de comunicação sejam instituições neutras ou que seus efeitos sejam negligenciáveis” (CASTELLS, 1999, v. 1, p. 360).

Os meios de comunicação questionam os valores adquiridos por tradição ou por socialização, coloca-os em xeque, exige que eles sejam reelaborados a partir de novo posicionamento e nova argumentação. Se os veículos midiáticos não têm o poder de destruir a cultura dos indivíduos e lhes impor outra (como creem alguns), podem, sem dúvida, questioná-los e requisitar-lhes uma atualização. Daí a insistência de certos setores e instituições de utilizar a mídia como instrumento de reafirmação de valores.

Os valores comunitários fazem parte daqueles que, hoje em dia, tentam se reafirmar. Como numa espécie de revanche, eles que foram anteriormente questionados e postos em dúvida com a ajuda das próprias mídias, estão reaparecendo, *agora em ambientes midiáticos*. A seguir, discorreremos sinteticamente sobre isso, privilegiando, sobretudo, o conteúdo das chamadas “comunidades virtuais”.

7. Mídia e comunidade

Se o mundo moderno e suas características enfraqueceram a vida social baseada em laços comunitários territoriais, sem dúvida alguma isso tem a ver com os meios de comunicação de massa. Entretanto, as inúmeras formas de relações societárias presentes no âmbito das mídias atualmente chamam a atenção para a possibilidade de que a experiência comunitária esteja reconfigurando-se e constituindo-se *também* em espaço midiático.

Diversos estudiosos têm apontando para a forma como, hoje em dia, as novas tecnologias da informação estão alterando as relações sociais e servindo de instrumento para a consolidação de experiências coletivas movidas em primeira instância por interesses comuns. Sob essa perspectiva, os indivíduos estariam atualmente melhor situados uns em relação aos outros do que em outras épocas, com a evidente possibilidade de que os fluxos intensos de relacionamentos midiaticizados oportunizem relações comunitárias.

Francisco Rüdiger (2007) considera que as telecomunicações propiciam a reconstituição em termos avançados da experiência humana coletivista, compartilhada, sentimental e indiferenciada das comunidades primitivas, experiência esta que aparece com novas e ampliadas possibilidades de interação social. Com os meios técnicos, as distâncias se encurtam e o tempo é fortemente reduzido, gerando um novo ambiente e, conseqüentemente, novas formas de socialização (PLÉTY, 1999; PAIVA, 2007).

Lídia Silva (2000, p. 2) concorda que a ideia de comunidade passa atualmente por um processo de metamorfose, no qual coabitam formas tradicionais e emergentes de comunidade, especialmente no cenário tecnológico da comunicação: “Deste modo – diz ela - não se poderá deixar de pôr a questão, se não estaremos face a uma virtualização do espaço público concreto com tendência para a multiplicação das formas de mediação. Gera-se assim um espaço antropológico alternativo”.

Na opinião de André Lemos (2006), as novas tecnologias de comunicação atuam como fatores de difração de um comunitarismo tribal típico da sociabilidade contemporânea.

Segundo esse autor, especialmente com o ciberespaço e as agregações eletrônicas ali surgidas, revela-se o renascimento ou a permanência de comunidades orgânicas.

Para Pierre Lévy (1999), a tendência do ciberespaço é comunitária e não há sentido em criticá-lo por ele ser explorado pelo sistema empresarial, pois os dois processos são complementares. A exemplo de outros autores, Lévy pleiteia por meio do ciberespaço, o aparecimento de um imaginário coletivo sustentado maquinisticamente.

Normalmente, as relações mediadas pela tecnologia aparecem fundidas com outros estágios de relacionamento, como aqueles ligados ao território ou ao parentesco. Entretanto, a rigor, essas relações são de natureza virtual. No uso corrente, a palavra virtual muitas vezes designa algo irreal. Porém, na acepção filosófica, é virtual aquilo que existe apenas em potência e não em ato, mas que tende a resolver-se em uma *atualização*. O virtual não se opõe ao real e sim ao atual: virtualidade e atualidade são dois modos diferentes de realidade.

Para designar a natureza das relações midiáticas, o termo “virtual” seria, portanto, equivocado. Entretanto, ele já se impôs à linguagem tanto comum quanto acadêmica. No âmbito da comunicação midiática, por “virtual” deve se entender “toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem, contudo, estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular” (LÉVY, 1999, p. 47).

É dentro desse perfil de virtualidade que se inserem as chamadas “comunidades virtuais”, cuja emergência parece ter se tornado um verdadeiro desafio para a compreensão dos cientistas sociais (COSTA, 2005). Comunidade virtual é um grupo de pessoas interagindo mutuamente por meio de computadores interconectados. Howard Rheingold (1994), um dos primeiros autores a utilizar o termo, define “comunidade virtual” como sendo agregados sociais que surgem na internet, em que uma quantidade significativa de pessoas leva adiante e durante algum tempo, relações pessoais suficientes para formar uma “rede”. Segundo esse autor, o desenvolvimento de comunidades desse tipo se apoia sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais.

As comunidades virtuais instituem não um território físico, mas um território simbólico, permitindo que os indivíduos estejam sós sem estarem isolados (LEMOS, 2006). Em certa medida, elas se apoiam na primazia do pensamento sobre a aparência, uma vez que, sem o contato presencial, não é possível que os indivíduos formem preconceitos sobre os outros antes de ler o que cada um tem a dizer. Nos tipos tradicionais de comunidade, os

indivíduos buscam entre seus pares comunitários aqueles que partilham de seus interesses pessoais, enquanto que na comunidade virtual é possível ir diretamente ao local onde os interesses particulares estão sendo discutidos (RHEINGOLD, 1998).

Conquanto seja consensual que as novas tecnologias da informação teriam possibilitado novas formas de interação, muito se tem falado sobre a possibilidade do ciberespaço gerar afinidades que poderiam ser caracterizadas como *comunidades* (LEMOS, 2005). Alguns autores questionam se, realmente, isso é possível. Vários deles não conseguem conceber a ideia de uma comunidade sem um *locus* específico (RECUERO, 2001).

Obviamente, para que uma comunidade se constitua, é necessária a existência de um espaço comum, onde a maior parte da interação da comunidade se desenrola. Este espaço, por si só não constitui a comunidade, mas a completa. No caso das comunidades virtuais ele também existe, no entanto é uma base no ciberespaço, um senso de *lugar*, um *locus* virtual que dispõe apenas de fronteiras simbólicas. Pode ser abstrato, mas é "limitado", seja ele um tópico de interesse, um chat, ou mesmo uma determinada lista de discussão. No ciberespaço subsiste apenas um espaço liso, fluido, de circulação, onde se conservam sobretudo os vínculos (MUSSO, 2006).

A esse respeito, Lemos (2005) observa que os membros das comunidades virtuais compartilham um espaço telemático e *simbólico* (*chats*, listas, *newsgroups*, *websites*), mantendo certa permanência temporal suficiente para se sentirem parte de um agrupamento de tipo comunitário; diferentemente, outros grupos podem se encontrar nos mesmos espaços telemáticos sem, no entanto, guardarem qualquer vínculo afetivo e/ou temporal. Na trilha do jornalista americano Howard Rheingold, Lemos alerta que não basta que as pessoas tenham as ferramentas à sua disposição; é necessário que haja interesses compartilhados e perenidade nas relações para que se crie uma comunidade virtual.

É também a partir de Rheingold que Castells (1999, v. 1, p. 386) levanta a hipótese de que nessas comunidades “vivem” duas populações muito diferentes: “uma pequena minoria de aldeões eletrônicos 'residindo na fronteira eletrônica' e uma multidão transitória para a qual suas incursões casuais nas várias redes equivalem à exploração de várias existências na modalidade do efêmero”.

Tanto Lemos como Castells têm a preocupação de diferenciar uma comunidade mediada por computadores de uma simples agregação eletrônica, diferença esta que reside substancialmente na natureza e perenidade das relações estabelecidas no ambiente virtual.

Grosso modo podemos dizer que no ciberespaço existem formas de agregação eletrônica de dois tipos: comunitárias e não comunitárias. As primeiras são aquelas onde existe, por parte de seus membros, o sentimento expresso de uma afinidade subjetiva delimitada por um território simbólico, cujo compartilhamento de emoções e troca de experiências pessoais são fundamentais para a coesão do grupo. O segundo tipo, refere-se a agregações eletrônicas onde os participantes não se sentem envolvidos, sendo apenas um *locus* de encontro e de compartilhamento de informações e experiências de caráter totalmente efêmero e desterritorializado (LEMOS, 2005, s/p).

Embora com ressalvas e fazendo as devidas distinções, Lemos acaba por concluir que o ciberespaço pode, efetivamente, criar agrupamento de tipo comunitário.¹⁵ Para ele, a cibercultura contemporânea mostra que é no coração mesmo da racionalidade técnica que a socialidade aparece com força e ganha contornos definidos, pleiteando uma reversão do processo de isolamento individualista moderno (LEMOS, 2005, 2006). Esta também já tinha sido a conclusão de Rheingold (1998, p. 122), para quem algumas experiências demonstraram que “a comunidade é realmente possível através da comunicação virtual”.

Parece evidente que nem toda agregação eletrônica constitui uma comunidade virtual. Além disso, não se pode cobrar das comunidades virtuais que estas se apresentem na forma daquilo que se entendia romanticamente por comunidade, pois isso seria ignorar o que vem acontecendo nos movimentos coletivos da época presente (COSTA, 2005). Mas o ciberespaço apresenta muitos dos pré-requisitos necessários para a formação de comunidades. As agregações que podem ser definidas como “comunidades virtuais” possuem uma rede de relações de empatias e influências e um certo comprometimento no compartilhamento de valores, normas e significados.

O ciberespaço é o ambiente midiático em que, de forma mais intensa, os valores comunitários podem ser reafirmados, visto que nele a interação obedece ao princípio “todos-todos”. Contudo, outros meios de comunicação também têm essa capacidade, como por exemplo a televisão. Especialmente quando está a serviço de instituições religiosas, ela tem fornecido elementos suficientes para que se pleiteie a existência de uma forma nova de

15 Lemos analisa dois casos (as listas FACOM e Cibercultura) e em ambas não vê uma vinculação subjetiva presente, e sim contatos relacionados a interesses. Apesar disso, ele afirma que a lista Cibercultura cria em seus membros um sentimento de comunidade, encaixando-se melhor no atual conceito de “comunidade virtual” (cf. LEMOS, André. Agregações eletrônicas ou comunidades virtuais? Análises da lista FACOM e cibercultura. Disponível em www.facom.ufba.br. Consulta em 10 de janeiro de 2005).

comunidade: a comunidade midiática. É sobre esse viés que nos concentraremos na seção final deste capítulo.

8. A comunidade midiática: definição conceitual

O advento de uma nova sociedade baseada na produção e distribuição de informações enfraqueceu de maneira considerável o poder simbólico das instituições tradicionais, entre elas a religião. O novo contexto passou a exigir desta que se recodificasse para se adaptar ao sistema informacional, razão pela qual “as redes de pregadores eletrônicos e as redes fundamentalistas interativas representam uma forma mais eficiente e penetrante de doutrinação em nossas sociedades do que a transmissão pelo contato direto da distante autoridade carismática” (CASTELLS, 1999, v.1, p. 397).

Assim como outros grupos religiosos contemporâneos, as comunidades de vida no Espírito católicas tendem a multiplicar seus espaços de atuação, inserindo-se, também, no campo midiático. Elas parecem atentas aos elementos que, contemporaneamente, podem condicionar sua expansão e, por causa disso, procuram cada vez mais se tornar visíveis também no espaço midiático. De maneira geral, as comunidades de vida no Espírito não hesitam em servir-se da mídia; são contemporâneas da explosão midiática, nascidas com ela e, por isso, o ambiente comunicacional faz parte do seu universo cotidiano, o que faz com que a mídia lhes pareça familiar e natural (PLÉTY, 1999).

A maior questão, entretanto, pelo menos para a proposta desta tese, não é saber quais comunidades conseguem mais espaço na mídia e sim demonstrar que, por meio dessa inserção, elas podem adquirir novos membros, despertar neles sentimento de pertença e estabelecer vínculos duradouros de caráter midiático. Nesse sentido, as relações que se estabelecem entre a comunidade e os membros virtuais fidelizados através da televisão podem ser denominadas de “relações comunitárias midiáticas”. Esse é o caso da Comunidade Canção Nova que, desse modo, constitui-se uma “comunidade midiática”.

“Comunidade midiática” pode ser conceituada como um agrupamento humano cujos membros estabelecem relações sociais próximas do tipo “comunidade” através de um meio de comunicação moderno. Esse tipo de comunidade está fundamentado em vínculos de pertença que se sustentam midiaticamente, independente das relações presenciais. A mídia através da qual se estabelecem os contatos não é um simples suplemento das relações sociais

preexistentes, mas algo que possibilita a criação de novas maneiras de interagir e compartilhar valores.

As relações do tipo “comunitárias midiáticas” se caracterizam pelo “sentido de pertença”, mediante o qual os adeptos sentem-se corresponsáveis pela concretização dos objetivos comunitários. Por “sentido de pertença” entendemos a noção que os indivíduos têm de que são parte de um todo; ou o sentimento de comunhão que cultivam com relação à unidade comunitária. Nesse aspecto, seguimos a conceituação de Weber (1999), para quem uma relação social pode ser denominada de “comunitária” somente na medida em que na ação social repousa o sentimento subjetivo dos participantes de *pertencer* ao mesmo grupo.

Contudo, a pertença midiática não deve ser entendida em sentido tradicional. Ela se traduz em *compromisso* que depende da mídia para se manter. O caráter “midiático” da relação confere ao adepto um grau de autonomia muito maior do que teria se estivesse inserido numa comunidade territorial. Além disso, a adesão à nova comunidade comporta um processo prévio de identificação com a ideologia do grupo, processo este que cumpre um postulado fundamental da modernidade segundo o qual uma identidade deve ser *escolhida* pelo indivíduo.

Na comunidade midiática, o pertencimento se desenvolve no interior da própria interação mediada tecnologicamente e responde, possivelmente, ao desejo simultâneo que tem o indivíduo contemporâneo de pertencer a uma comunidade delimitada e, ao mesmo tempo, vivenciar uma experiência religiosa subjetiva e desinstitucionalizada. Essa tendência híbrida tem sido demonstrada por alguns autores, que apontam para o anseio das pessoas por segurança existencial e autoproteção em meio à fragmentação provocada pela globalização e pela virtualização cultural (CASTELLS, 1999; MAFFESOLI, 1996).

Os membros de uma comunidade midiática, necessariamente, encontram-se dispersos em diferentes localidades e, quase sempre, rompem absoluta ou relativamente com a unidade comunitária territorial de origem. A comunidade midiática está em acordo com as demandas da sociedade informacional, no sentido de que se estabelece como uma “rede” e se baseia em relações *midiáticas*, utilizando em seu favor as modernas tecnologias da informação.

A possibilidade de que uma comunidade se constitua midiaticamente recoloca a discussão quanto à consideração de que relações comunitárias só possam existir entre um conjunto de indivíduos que interagem dentro de um mesmo território, discussão que adquiriu particular interesse pelo fato de que, na sociedade contemporânea, a sinergia entre indivíduo, comunidade e as novas tecnologias é muito complexa.

Em contraposição aos que defendem que as relações virtuais estão substituindo as relações presenciais estão aqueles que ressaltam que o desenvolvimento comunitário não pode prescindir do território. Casalegno & Kavanaugh trazem essa discussão com muita força em *Autour des communautés et des réseaux de télécommunications* (1998). Embora apresentem os dois polos de posicionamento, os autores parecem concordar com Doheny-Farina e D. Kemmis, para quem a tecnologia permite manter contatos com pessoas e comunidades distantes, porém, essas relações, tendem a enfraquecer progressivamente, dando lugar àquelas que se baseiam na partilha de um espaço social e de um lugar físico:

Ninguém se inscreve numa comunidade como se faz num grupo de discussão na Internet: é preciso viver nessa comunidade (...). A possibilidade de interagir com outras pessoas do outro lado do globo é fascinante e sedutora, mas a natureza do ser humano é ser enraizado num lugar preciso, físico e real, e as redes podem ajudar este processo de enraizamento e de pertença comunitária (CASALEGNO & KAVANAUGH, op. cit., p. 67).

Os autores concentram suas expectativas na possibilidade de que as redes de comunicação sejam utilizadas com a finalidade de fortalecer a vida comunitária local, apresentando um estudo de caso sobre a cidade de Blacksburg, que eles consideram um bom exemplo disso.

Não ignoramos os argumentos daqueles que relativizam a força das redes de comunicação na constituição ou fortalecimento de laços comunitários; nem mesmo temos dificuldade de admitir que a virtualidade por si só não é capaz de manter uma comunidade real. Contudo, sustentamos que o contato midiático pode ser suficiente para agregar membros em torno de uma ideologia e que estes não precisam necessariamente estabelecer relações presenciais para desenvolver sentido de pertença a uma comunidade virtual com a qual compartilham valores e comprometem-se na busca da concretização dos seus objetivos. O caso da Comunidade Canção Nova, objeto empírico desta tese, é um bom exemplo disso.

Daí porque defendemos a “desterritorialização” como uma das principais características da comunidade midiática. Ela é desterritorializada no sentido de que seu raio de alcance é ilimitado. Ou seja, embora as imagens e símbolos por ela difundidos se atualizem em contextos particulares, a comunidade midiática goza de independência quanto aos limites geográficos. Mesmo possuindo um centro de irradiação territorial, este não abrange todas as relações contidas na comunidade. Essas relações também se originam e se mantêm midiaticamente. É nesse cenário que aumentam as trocas simbólicas entre os sujeitos e a

comunicação interpessoal é recriada em outras bases, com os veículos midiáticos potencializando o surgimento de sentimentos de comunidade (SILVA, 2000).

Quando um membro de uma comunidade territorial vincula-se a uma comunidade midiática, sua pertença ao grupo de origem não se dissipa necessariamente. Entretanto, o referido grupo passa a exercer menos influência sobre o indivíduo, uma vez que a comunidade midiática requisita parte de seu tempo e de seus recursos. Dependendo do nível de comprometimento do indivíduo com a comunidade midiática, ele pode se sentir muito mais entusiasmado em promover os valores e projetos desta, do que os da comunidade territorial. Quando isso ocorre, a comunidade midiática passa a ser vista como uma concorrente com a qual a comunidade territorial disputará a adesão do sujeito.

Em suma, podemos afirmar que uma comunidade midiática é um tipo de associação que se caracteriza pela desterritorialização, cujos membros estabelecem relações que se aproximam do tipo “comunitárias” e que se sustentam midiaticamente. Os membros desenvolvem um forte sentimento de pertença que se expressa em compromisso para com os objetivos comunitários. Ao mesmo tempo, eles desfrutam de autonomia frente às exigências da comunidade, uma vez que os vínculos podem ser mais facilmente desfeitos.

Para a Canção Nova, podemos utilizar a nomenclatura “comunidade religiosa midiática televisiva”, uma vez que ela assume o status de “religiosa” enquanto conteúdo específico e a televisão é sua mídia principal.

Neste momento, uma questão que se impõe é: *a televisão tem, realmente, a capacidade de concretizar vínculos comunitários?* A suspeita quanto a essa capacidade da televisão é maior do que aquela que se tem para com a internet, visto que uma comunidade pressupõe relações de interatividade *mútua*. Assim, é necessário que o meio permita isso e que os membros ativos efetivamente *realizem* essas trocas (RECUERO, 2001).

Evidentemente, a capacidade de interação dialógica da TV é menor do que a da internet ou a de relações presenciais. Entretanto, seria muito dizer que os telespectadores não dispõem de mecanismos de interação que tornem possível uma dinâmica comunitária. Embora isso, na maioria das vezes, não se processe em tempo real, o conteúdo do processo comunicacional não se esgota nos dois polos de produção e recepção.

O professor e pesquisador da Unisinos (RS), José Luiz Braga discorda da perspectiva de que “só agora, com as redes informatizadas, verdadeiros processos bidirecionais ocorrem” (BRAGA, J. L., 2006, p. 22). O referido autor pleiteia a existência de um terceiro sistema (além dos sistemas de produção e recepção), chamado por ele de “sistema de resposta social”. Nele se processaria a “interatividade social ampla”, através da qual as informações e

mensagens emitidas pelos veículos midiáticos circulam na sociedade, tornando-se de domínio comum.

Essa circulação se transmudaria em “retorno diferido e difuso”, chegando ao emissor original. Braga (op. cit., p. 23) também recorda que a ideia de “emissor original” é uma fórmula simplificadora, pois não existe uma *primeira* mensagem: “O emissor de um programa de televisão, por exemplo, já está tentando responder a solicitações e lacunas do próprio sistema de circulação”. Àqueles que, eventualmente, reforcem os limites desse tipo de “retorno”, Braga (op. cit., p. 42) responde que “os limites para o funcionamento de um sistema eficaz de interação social certamente são correlatos, em uma mesma sociedade, aos limites encontrados no sistema de produção e no sistema de recepção”.

No âmbito da formação de uma comunidade midiática religiosa, a mensagem inicialmente veiculada já é uma tentativa de responder às demandas religiosas do público e às carências comunitárias territoriais. Essa mensagem pode perfeitamente circular numa “interatividade social ampla” e inserir-se num “sistema de retorno diferido e difuso” próprio da comunidade midiática.

Conforme seja sua abrangência, essa mobilização pode ter um sentido direto ou indireto de retorno, que vai se caracterizar como um retorno *de comunidade*. De maneira que é procedente afirmar que o sistema criado pela comunidade midiática adquire sim, pelo menos parcialmente, o status de *interação*,¹⁶ num mecanismo de comunicação que longe está de ser unidirecional.

Para Braga, essa “interatividade social ampla” é mais relevante até do que a “interatividade estrita”, que se processa através das ações de retorno direto e pontual (cartas, emails, telefonemas, visitas, etc). O que a sociedade *faz* com sua mídia se constitui uma resposta. É por isso que, “quando se trata de valores simbólicos, e da produção e recepção de sentidos, o que importa mais é a circulação *posterior à recepção*”, momento em que “as proposições circulam evidentemente trabalhadas, tensionadas, manipuladas, reinsertas nos contextos mais diversos” (BRAGA, J. L., op. cit., p. 28).

De qualquer modo, não podemos ignorar a força das ações de retorno direto, especialmente no caso de uma comunidade midiática religiosa. Além dos tradicionais meios

¹⁶ Thompson chamaria de “quase-interação” porque o fluxo de comunicação é predominantemente em mão única e os modos de respostas possíveis aos receptores são limitados. Mas ele mesmo admite que é também “interação” porque se trata de “indivíduos se comunicando com outros, que respondem a eles de certo modo e que podem criar laços – às vezes intensos – de amizade, afeição e lealdade” (cf. THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação da massa*. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 27).

para opinar, como a carta ou o telefonema, a internet otimizou esse contato dos personagens televisivos com seu público. É cada vez mais comum o consumo midiático conjugando o aparelho de TV e o computador conectado à internet. Por meio deste, os telespectadores acompanham a programação interagindo em tempo real com os emissores. Essa simultaneidade tende a crescer, inclusive porque, cada vez mais se pode ter acesso a outros meios através do computador conectado.

No caso da Canção Nova, é possível também propugnar que uma das formas de retorno *direto* do público midiático é o consumo dos produtos de evangelização da comunidade e, sobretudo, a doação financeira para a manutenção da TV. Podemos supor que quanto maior for o consumo desses produtos, maior é o nível de aceitação da filosofia religiosa propagada pelo grupo. A inscrição formal no seu quadro de sócios e a consequente contribuição regular seria uma prova cabal de que a pessoa aderiu aos valores compartilhados pela comunidade e aprova a programação da TV.

Obviamente, não se pode dizer que a interação mútua numa comunidade midiática televisiva é idêntica às formas de interação presencial ou das mídias cujo principal dispositivo principal é aquele definido como “todos-todos”. Não se pleiteia isso aqui. Do mesmo modo, a adesão a uma comunidade midiática também não pode ser considerada um retorno a um estilo de vida comunitário no sentido tradicional e puro do termo. As relações sociais estabelecidas em nível midiático são marcadas por intensa mobilidade, por isso elas apenas se aproximam do tipo “comunidade”. Essa mobilidade, no entanto, não altera substancialmente a estrutura em torno da qual, na Canção Nova, estão organizadas as relações.

Para alguns autores, a esperança de que uma rede midiática possa criar comunidades mais eficazes e úteis do que as antigas comunidades geográficas é um equívoco (CASALEGNO & KAVANAUGH, 1998). Na verdade, não trabalhamos com essa hipótese. A comunidade midiática não é uma superação ou ressignificação da comunidade tradicional, nem mais útil ou mais eficaz do que esta. Ela é uma experiência diferente. Sua inserção na sociedade informacional proporcionou maior autonomia aos indivíduos, mantendo-os relativamente livres do controle comunitário tradicional. Ao mesmo tempo em que concentra relações humanas intensas, oferece, em certa medida, a sensação de segurança tão requerida pelo indivíduo moderno.

A comunidade religiosa midiática televisiva conjuga liberdade e segurança. O fato de pertencer a uma unidade comunitária que disponibiliza uma quantidade razoável de serviços vinte e quatro horas por dia, oferece aos membros virtuais um bom nível de confiança e segurança, pois estes sabem que a qualquer momento a ela podem recorrer quando afetados

pelas intempéries da vida. Ela se constitui em uma comunidade de toda hora. Por outro lado, a relativa fluidez dos laços criados via televisão atribui a esse mesmo indivíduo a capacidade de decidir até que ponto deseja se submeter às exigências da comunidade e aderir às suas propostas. Oportunamente, discutiremos mais detidamente esse caráter híbrido das comunidades na contemporaneidade.

O estudo sobre a constituição de uma “comunidade midiática” reforça o fato de que “as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade” (CASTELLS, 1999, v. 2, p. 38). Contudo, isso não significa que necessitamos de um novo conceito para comunidade (COSTA, 2005). A nosso ver, é suficiente, apenas, flexibilizá-lo, de maneira que permita pensar esse tipo de relação no contexto das novas realidades sociais para que estas possam ser igualmente entendidas e explicadas.

CAPÍTULO II
COMUNIDADE DE VIDA NO ESPÍRITO

1. Conceito, surgimento e panorama institucional

Entre as experiências comunitárias surgidas na contemporaneidade, aquelas de conteúdo religioso aparecem com evidente vigor. No catolicismo, o surgimento desse tipo de comunidade religiosa é um verdadeiro fenômeno, dado a intensidade com que se formam e crescem variados grupos em diversas partes do mundo. O movimento pentecostal católico destaca-se nessa matéria. No interior da renovação carismática católica (RCC) emergem grandes ou pequenas associações de cristãos dispostos a fazerem da vida comunitária uma fonte de significado identitário e um instrumento de resistência à secularização da sociedade.

No âmbito eclesial, essas comunidades são qualificadas de “carismáticas”, em alusão ao movimento de origem ou, mais exatamente, de “novas comunidades”, termo que designa também outras iniciativas de organização comunitária católica recentes, como as constituídas a partir dos movimentos pós-conciliares “Comunhão e Libertação” e “Neo-Catecumenato”. Às vezes, até a *Opus Dei* é incluída nessa categoria (GONDAL, 1999). A expressão “novas comunidades” de alguma forma se impôs, sem que se possa dizer como e quando apareceu. Ela ressalta o fato dessas comunidades serem uma nova forma de consagração religiosa no catolicismo (PLÉTY, 1999).

Alguma literatura sociológica, pelo menos no Brasil, tem cunhado a expressão “comunidades de vida no Espírito” para designar as novas comunidades cujos membros – ou pelo menos uma parte deles – compartilham residência e dedicam-se exclusivamente ao projeto evangelizador do grupo. O qualificativo “no Espírito” visa, por um lado, distinguir esse tipo de comunidade de outras comunidades onde as pessoas partilham vida diária, associadas ou não a crenças religiosas, como por exemplo, as comunidades alternativas, agroecológicas, budistas, daimistas ou taoístas. Por outro lado, esse qualificativo ressalta o princípio compartilhado nas comunidades carismáticas de “viver no Espírito”, mediante o qual os comunitários experimentam os dons do Espírito Santo e se propõem a “abandonar-se” em suas mãos, dele dependendo inclusive no aspecto do sustento material (OLIVEIRA, 2003).

Estamos seguindo aqui esta denominação (comunidade de vida no Espírito), com a qual designamos especificamente a reunião de católicos carismáticos de ambos os sexos e de diversos estados de vida (casados, solteiros, sacerdotes, celibatários) que renunciam a seus planos individuais para morarem juntos e trabalharem integralmente em favor dos objetivos institucionais da comunidade à qual pertencem, fazendo da “vida no Espírito” um ideal místico que se manifesta especialmente na atitude de “abandonar-se à providência de Deus”.

É importante frisar que não se inclui na definição de “comunidades de vida no Espírito” as chamadas “comunidades de aliança”, consideradas no ambiente eclesial como parte desse novo movimento comunitário e cujos membros não moram juntos. Um grande número de comunidades de aliança são extensões das comunidades de vida e delas dependem, mas alguns grupos se constituem exclusivamente nessa forma, em que os associados, apesar de fazerem compromissos que se assemelham aos votos (pobreza, castidade, obediência) e estarem fortemente unidos por vínculos formais, não renunciam sua vida secular.

Não obstante apresentem originalidades, as comunidades de vida no Espírito não são propriamente uma inovação no cristianismo, pois o fato comunitário na religião cristã é constante e variado, e o é fundamentalmente. Praticamente a totalidade dessas agremiações novas encontra nas primeiras comunidades cristãs sua referência teológica.

Historicamente, as experiências comunitárias no catolicismo aparecem como um movimento relativamente espontâneo. Elas dependem muito mais das iniciativas pessoais e grupais motivadas por uma experiência religiosa do que de uma ação institucional da Igreja. Nas comunidades cristãs primitivas - nelas e por elas - é que se fortaleceu a estrutura hierárquica da Igreja Católica, sendo crível afirmar que a hierarquia surgiu para *preservar* as comunidades e não para fazê-las nascer. Além disso, o nascimento de comunidades está ligado à vida das pessoas e às suas necessidades sociais e não contém, pelo menos em sua gênese, um projeto elaborado *a priori*.

Concretamente, uma comunidade cristã surge a partir de um experimento religioso de cunho querigmático. O querigma é o anúncio da pessoa, da obra e do conteúdo da mensagem de Jesus Cristo, associado aos sinais de profetismo e eventos sobrenaturais. A reunião de pessoas com fins diversos e motivações sociais variadas podem ser *oportunidades* de maturação e objetivação da experiência de vida comunitária, mas dificilmente uma comunidade cristã se constitui sem que esse querigma esteja presente. O anúncio querigmático está no nascedouro das comunidades novas, assim como no das primeiras comunidades cristãs.

A evolução da estrutura hierárquica no interior das comunidades deu origem à paróquia, que é a forma comunitária católica mais tradicional. A paróquia foi a unidade comunitária cristã quase hegemônica, em toda a cristandade.¹ Ela se ajustava à vida social pré-urbana, constituindo-se em larga medida no centro religioso e civil das comunidades

¹ Além da paróquia, a cristandade apresentou apenas as “comunidades religiosas”, na forma de ordens ou congregações contemplativas ou ativas, como possibilidade de engajamento comunitário. Modernamente, grande parte dessas instituições foi absorvida como colaboradoras das paróquias, assumindo função coadjuvante e reduzindo sua inspiração profética ao trabalho pastoral paroquial.

tradicionais. Agregadas em torno da partilha de bens simbólicos religiosos, especialmente os sacramentos, as pessoas estavam vinculadas entre si mais pela própria estrutura social da comunidade tradicional do que pela adesão pessoal à fé. As paróquias representaram, durante muito tempo, o jeito institucional católico de ser comunidade e responderam às necessidades dos fiéis no momento histórico em que as pessoas não dispunham de elementos suficientes para questionar a rígida estrutura que ali se apresentava. A paróquia territorial possibilitava aos padres a delimitação do número de “almas” que ficavam sob o seu controle e, na maioria dos casos, o sucesso pastoral era avaliado tendo em vista o cômputo geral dos sacramentos distribuídos (DIEL, 1997).

Não é difícil concluir, então, que a paróquia enquanto unidade comunitária cristã entrou em crise com o advento da sociedade urbana, tal como ocorreu com a comunidade tradicional. “A mobilidade e o desenvolvimento dos intercâmbios, certamente, minaram os fundamentos sociais e culturais do universo religioso paroquial” (HERVIEU-LÉGER, 2008, p. 175). A paróquia é clerical, centralista e, algumas vezes autoritária. Assim, um colapso seria inevitável, dado o alto grau de autonomização dos indivíduos na sociedade moderna. Apesar das múltiplas tentativas da hierarquia católica de manter a paróquia como referência comunitária, pleiteando uma “paróquia renovada” ou como uma “rede” de comunidades, essa unidade institucional revela cada vez mais sua incompatibilidade com a sociedade contemporânea, especialmente com a vida urbana: “Não se pode esperar muito da paróquia, posto que ela é um serviço público para um bairro ou uma coletividade humana e, como tal, tem seus limites” (GONDAL, 1999, p. 36).

Os documentos oficiais da Igreja Católica, tanto em nível universal como no Brasil, trazem frequentemente a proposição de que as paróquias se renovem e se constituam em uma “rede de comunidades”. Isso alteraria substancialmente seu papel social, relativizando seu poder de decisão e outorgando às unidades membros maior autonomia de ação e de governo (SOUSA, 2003). Na prática, a dificuldade de promover essa mudança é muito grande, por causa da resistência do clero e do despreparo dos leigos. Estes, em grande medida, não conseguem se desvincular do paternalismo clerical em matéria religiosa e aquele receia a perda de poderes.

Mas o maior problema da paróquia é que ela se deixou caracterizar pelo anonimato dos fiéis, perdendo o “espírito” de comunidade. Um grupo cada vez menor de pessoas frequenta a missa e um número menor ainda dedica-se a atividades pastorais. Em grande número de casos, essas pessoas mais próximas constituem grupos em tensão interna, disputando visibilidade religiosa ou lugares privilegiados na estrutura paroquial. Entre as

razões principais da evasão de católicos para outras religiões está a fragilidade dos laços comunitários do catolicismo paroquial.

Robert Pléty (1999, p. 139) considera que os esforços para suprir a defasagem, assim como as numerosas adaptações feitas, não conseguiram alterar a imagem de conjunto da paróquia. Hoje em dia, as pessoas ainda solicitam dela serviços rituais, mas não dão atenção à sua mensagem. “Além disso – observa Pléty - os responsáveis não dão a impressão de [...] gente que tem competências adaptadas ao presente (organização, comunicação), como é o caso das comunidades novas”. A observação do autor é pertinente. As comunidades novas definem mais facilmente uma identidade e para ela fazem convergir sua ação orgânica. Quanto à paróquia, “com ou sem novas dimensões, não encontrou ainda este ponto central, do qual o sino foi a imagem” (PLÉTY, op. cit., p. 139).

Destarte, cristãos insatisfeitos ou afastados encontram em outros agregamentos os vínculos comunitários de que estão carentes. Hoje em dia “muitas pessoas que procuram grupos religiosos ou para-religiosos (...) geralmente estão em busca de uma comunidade que não encontram no sistema paroquial da Igreja” (GONDAL, 1999, p. 86). Nessas comunidades, católicas ou não, acham maior coesão e adquirem sentido de pertença para com elas, melhor doutrinação e refúgio contra a anomia da vida social. Além disso, o ambiente emocionalmente envolvente que falta nas paróquias, na maioria dos casos sobra nas comunidades.

A perda de fiéis do catolicismo só não foi maior porque ele mesmo reagiu a essa situação de crise de sua unidade comunitária tradicional. Surgiram outras formas de agregamento comunitário de conteúdo católico, além das paróquias. As mais conhecidas são: a) aquelas oriundas de *equipes*, como a Ação Católica ou os Cursilhos de Cristandade; b) as *comunidades eclesiais de base*, inspiradas na Teologia da Libertação e com forte conteúdo político; c) as *comunidades de vida*, que têm na iniciativa uma das suas características mais fortes;² d) as *novas comunidades*, em sua maioria advindas dos movimentos eclesiais pós-conciliares, especialmente da Renovação Carismática. As comunidades carismáticas são aqui denominadas *comunidades de vida no Espírito*. Todas essas comunidades estão mais ou menos emancipadas da unidade comunitária institucional, que é a paróquia e com ela convive em certa tensão.

² Algumas dessas comunidades estão voltadas para o acolhimento de pessoas pobres, como *A Arca*, fundada na França em 1964, que recebe pessoas portadoras de deficiência física (Cf. GONDAL, Marie-Louise. *Comunidades no cristianismo: um novo passo a ser dado*. São Paulo: Paulinas, 1999).

Antonio Mendes Braga (2003) observa que as comunidades de vida no Espírito encaram o “comunitário” como um ideal a ser vivido, primeiro porque julgam que isto está na essência do catolicismo e, em segundo lugar, porque a própria Igreja Católica é vista idealmente como uma “comunidade”. É nessa perspectiva que essas comunidades são tentativas de atualização do ideal comunitário religioso do catolicismo no seio da sociedade contemporânea.

Aqui, julgamos ser importante situar de forma mais precisa as comunidades de vida no Espírito em relação à institucionalidade católica. Alguns trabalhos acadêmicos colocam, com procedência, que elas ocupam uma posição híbrida na Igreja Católica: por um lado, reforçam a institucionalidade por meio de um discurso moral e sacramental fortemente marcado pela ortodoxia e pela obediência à hierarquia; por outro, mantêm autonomia em relação à estrutura eclesiástica, funcionando dessa forma como um elemento contestador dessa mesma estrutura (CARRANZA, 2000; MARIZ, 2006; SOUSA, 2005; MAIA, 2008).

No entanto, é necessário que se pergunte sobre o conteúdo dessa contestação, ou seja, sobre o que está no bojo da autonomia conquistada pelas comunidades de vida no Espírito. Em outras palavras, por que essas comunidades não se inserem completamente na estrutura da Igreja Católica, especialmente na paróquia? Ao promoverem certa ruptura com a disposição hierárquica da Igreja, o que elas estão recusando, uma vez que pleiteiam legitimar sua experiência na ortodoxia do catolicismo?

Em primeiro lugar, o que está no cerne dessa autonomia é *o primado que as comunidades dão à dimensão carismática*. As estruturas eclesiais tradicionais são inóspitas para a manifestação de carismas pessoais, especialmente aqueles de cunho pentecostal, como a glossolalia e as curas. Analisamos essa dicotomia em nossa dissertação de mestrado, sobre as relações de poder na Renovação Carismática brasileira, qualificando a autonomia desenvolvida pelo movimento como “sutil” justamente pelo fato de se encontrar revestida de elementos do catolicismo tradicional, sem, contudo abrir mão da vivência e primazia dos carismas pentecostais (SOUSA, 2005).

Em segundo lugar, as comunidades de vida no Espírito rejeitam *o peso das estruturas paroquiais*, seu centralismo e seu controle excessivo sobre os grupos que surgem no interior das referidas estruturas. Na maioria das vezes, inserir-se completamente numa paróquia, aderindo a todos os seus apelos pastorais, significa para essas comunidades a impossibilidade de viver sua experiência comunitária particular e, conseqüentemente, a perda de sua identidade. Ora, as comunidades consideram que o dom ou carisma que lhes é próprio é o de uma renovação que deve manifestar-se *como tal* (GONDAL, 1999). Submeter a dinâmica

desse carisma ao governo paroquial seria limitar seu poder de expansão, já que, marcada por disputas internas, a paróquia e seus mecanismos de governo (pároco, conselho pastoral, conselho econômico) receiam e obstaculizam qualquer ação autônoma da parte de seus grupos.

Mais objetivamente falando, a submissão a uma estrutura eclesial tradicional transformaria essas comunidades em equipes paroquiais sem campo apostólico próprio e sem projeto autônomo. Elas seriam comandadas pelo pároco e meras coadjuvantes nas atividades tradicionais da Igreja. Em alguns casos, dependeriam totalmente das decisões em instâncias superiores para tomar iniciativas de qualquer ordem. Mas as comunidades carismáticas são apegadas à sua originalidade e, por conseguinte, à sua autonomia (GONDAL, op. cit.). Por causa disso, encargos paroquiais são dificilmente conciliáveis com a sua vocação.

Além disso, as comunidades de vida no Espírito alcançam melhor grau de organização do que as paróquias e, em função disso, obtêm melhores resultados em suas ações. Elas conseguem entusiasmar seus membros e fazê-los trabalhar com maior motivação, além de gerar um ambiente de fraternidade. Assim, quando recusam inserir-se completamente na ação paroquial estão rejeitando de um lado a realidade árida e amorfa da paróquia e, de outro, a sua imprecisão pastoral, ou seja: os planejamentos assistemáticos e mal executados, cujo resultado final é mingua: as reuniões longas e tensas com poucas definições. Rejeitam, sobretudo, a dependência financeira, pois sabem que, nessa matéria, as paróquias têm outras prioridades. Por isso, geram mecanismos de arrecadação que, não raras vezes, a instituição sente como uma ameaça ao dízimo.

A atuação das comunidades para além da estrutura paroquial incomoda a maioria dos padres, que interpreta esse trabalho como uma ameaça a seu *status* de liderança religiosa. Sobretudo quando as comunidades adquirem reconhecimento formal pelo bispo diocesano, os padres perdem a jurisdição sobre esses grupos e disso se ressentem. O que mais se ouve dos clérigos em relação a essas novas formas de vida são reclamações quanto ao trabalho que realizam “sem consulta” ou de forma “paralela” às atividades paroquiais.³ Frequentemente, eles utilizam uma argumentação em que requerem a pertença *territorial* dessas comunidades à estrutura paroquial. Dessa maneira, está posta “a separação crescente entre dois mecanismos

³ Embora o clero seja uma casta ideologicamente heterogênea, ele se posta relativamente unânime quando a questão toca o seu poder institucional. Conforme demonstramos em nossa dissertação de mestrado, na disputa de poderes que envolve a tensão entre carisma e instituição, a postura de clérigos progressistas, conservadores ou mesmo carismáticos não se distingue substancialmente (cf. SOUSA, Ronaldo José de. *Carisma e instituição: relações de poder na Renovação Carismática Católica do Brasil*. Aparecida: Santuário, 2005).

concorrentes da sociabilidade católica: um, organizado sobre a base territorial, e outro, nas redes de afinidades” (HERVIEU-LÉGER, 2008, p. 177).

A nosso ver, a autonomia das comunidades ajuda a explicar o seu crescimento. Nos últimos anos, a maior parte dos trabalhos pastorais católicos que dependeram diretamente do clero sofreram estagnação (SOUSA, 2003). Esse elemento ajuda a esclarecer também, pelo menos no Brasil, as razões da ascensão das comunidades de vida no Espírito em contraste com a aparente derrocada das comunidades eclesiais de base.

As CEBs emergiram no cenário religioso católico como *um projeto institucional*. Seu conteúdo teológico-racional, no fundo, dificultava o protagonismo leigo, uma vez que a teologia é um instrumento controlado pelo clero em virtude de sua própria formação acadêmica. Na maioria dos casos, as comunidades eclesiais de base nunca se emanciparam da paróquia. Permaneceram vinculadas às estruturas tradicionais, como “vinho novo em odres velhos”.⁴ Esbarraram no centralismo clerical e dele não conseguiram se desvencilhar.

As comunidades de vida no Espírito, pelo contrário, fundamentam-se *na experiência* e não na análise científica. Por causa disso, seu governo pode ser mais facilmente controlado por leigos, prescindindo da intervenção e apoio dos padres. Curiosamente, as comunidades de vida no Espírito concretizam em alguns aspectos aquilo que foi pleiteado pelos adeptos da Teologia da Libertação para as comunidades de base: a autonomia e o protagonismo dos leigos. Essas novas comunidades poderão se transformar na nova opção pastoral do catolicismo, em nítida substituição à opção pelas CEBs. No momento atual, entretanto, sua autonomia é recusada pelo clero e o apoio do episcopado ainda é reticente.

A independência dessas comunidades se torna ainda mais problemática justamente quando elas pleiteiam a inserção de sacerdotes nos seus quadros. No catolicismo, o sacerdote é alguém cujo ministério está em referência direta ao bispo diocesano. Só os bispos podem ordenar sacerdotes e mantê-los sob sua custódia. Todavia, desde tempos remotos, a vida religiosa tradicional tem o direito de incardinar sacerdotes, condição que os coloca em obediência ao superior da congregação. Assim, sobre os padres religiosos, os bispos têm ingerência apenas indireta, pois o cotidiano de sua ação depende das autoridades do instituto ao qual pertencem.

Na prática, as comunidades de vida no Espírito empenham-se em obter a mesma condição canônica dos institutos religiosos tradicionais, ou seja, o direito de ter padres sob sua custódia. Isso atrai larga suspeita da hierarquia mais conservadora. Os bispos desconfiam da

4 Cf. Mateus 9, 16-17.

capacidade dessas comunidades de comportarem o ministério ordenado. Algumas razões podem ser supostas.

A primeira é de caráter prático: eles questionam a validade de manter sacerdotes nas comunidades, já que a Igreja Ordinária sofre pela falta de padres para dirigir as paróquias. De certa maneira, consideram isso um desbarate, o que reflete a visão que têm de que o tipo de atividade desenvolvida pelas comunidades é menos importante do que a diligência pastoral tradicional. Essa visão é partilhada pelos leigos mais ortodoxos.

A segunda razão, maior do que a primeira, é de caráter simbólico: outorgar às comunidades o direito de ter o seu próprio clero implicaria em oferecer também a elas a possibilidade de administrar os sacramentos, o que resultaria em ainda maior autonomia em relação às paróquias. As comunidades constituídas exclusivamente por leigos dependem do clero religioso ou secular nessa matéria; elas prezam a celebração dos sacramentos e preferem que isso seja feito em suas próprias sedes ou eventos, recusando inserir-se rotineiramente nas celebrações tradicionais, o que tornaria apagado o seu carisma.

A terceira razão é que a hierarquia questiona não só a validade, mas a capacidade dessas comunidades de formar candidatos e acompanhá-los depois de ordenados. Esse é um motivo de caráter propriamente eclesial. Ainda que a formação acadêmica seja feita num seminário tradicional, o convívio na comunidade implica na manutenção de um estilo de vida religioso sobre o qual os bispos não estão certos que está de acordo com a ortodoxia católica, especialmente por causa do uso dos dons carismáticos.

Mas as comunidades querem ter padres em seus quadros, como também almejam o direito de formá-los.⁵ Quando se utilizam de seminários tradicionais, buscam apenas o conteúdo acadêmico exigido, procurando fazer com que as outras dimensões da formação (espiritual, humana, apostólica) tenham a própria comunidade como fonte. As comunidades de vida no Espírito não abrem mão, portanto, de fazer com que a sua identidade estruture as demais identidades adquiridas pelos seus membros padres. Por causa disso, tentam manter os candidatos ao sacerdócio junto às suas unidades comunitárias, evitando enviá-los para morar nos seminários tradicionais. Sabem que se os distanciarem de seu convívio, correm o sério risco de que os vínculos com a comunidade se tornem muito tênues ou desapareçam completamente.

A aspiração de ter seu próprio clero por parte das comunidades de vida no Espírito é um dos pontos de maior tensão, que incomoda inclusive os bispos simpatizantes do

⁵ Nessa direção caminha, por exemplo, a Comunidade Canção Nova, que dá os primeiros passos para a fundação de um seminário próprio.

fenômeno. Há evidentes resistências à ordenação de sacerdotes no interior dessas comunidades. Os padres que lhes pertencem, na verdade, não são seus membros de direito. Canonicamente, fazem parte do clero diocesano. As comunidades conseguem que um bispo ordene os candidatos, incardine-os formalmente em sua diocese, mas deixe-os à disposição da comunidade, inclusive com a disponibilidade de serem enviados em missão para outros lugares. Isso não ocorre sem a conivência de algum bispo menos rigoroso na matéria, podendo também decorrer de acordos motivados por interesses mútuos. Seja qual for a via, algumas comunidades têm encontrado nisso uma maneira tácita de impetrar aquilo que não podem fazer juridicamente: a incardinação de sacerdotes.

Mesmo assim, são poucos os episcopos que ordenam candidatos nessas condições. Alguns o fazem com suspeição. Para se ter uma ideia, não foi o bispo de Lorena-SP que ordenou a maioria dos padres da Canção Nova, mas o Arcebispo de Belém, no Pará, Dom Alberto Taveira Correia.⁶ Dom Alberto demonstra ser o prelado brasileiro mais “aberto” nessa matéria, assumindo para si a responsabilidade da ordenação e do serviço pastoral dos padres da Canção Nova e de outras comunidades como a Obra de Maria, de Recife-PE.

Além das razões apontadas, existe um quarto e importante motivo que inviabiliza a cessão do direito das comunidades de vida no Espírito de terem sacerdotes como membros formais. A estrutura dessas comunidades – pelo menos até o momento – dispõe os diversos estados de vida em igual convivência. Isso implica dizer que a hierarquia interna não privilegia os sacerdotes pelo fato de estarem investidos do sacramento da ordem. Nas comunidades de vida no Espírito os padres não têm, como tal, um papel de direção (GONDAL, 1999). Outrossim, nessas comunidades as relações entre clérigos e leigos se processam de modo que estes não são apenas consumidores de bens sagrados, mas também produtores e inovadores de práticas e saberes religiosos (MAIA, 2008).

Ora, uma organização tal questiona a condição do clero enquanto casta. Segundo José Maria Castilho (s/d), a formação do clero católico foi um processo histórico e não teológico, que começou quando a hierarquia quis assumir o carisma profético e passou a monopolizar o ensinamento e a pregação. Isso terminou com a exclusão total dos leigos do magistério teológico. Consoante Castilho, os ministérios ordenados (diácono, presbítero, bispo) não eram graus de uma carreira eclesial mas distintas experiências de serviço, motivação que passou gradativamente à ideia de dignidade e poder. Há, portanto, no entender desse autor, uma

⁶ Cachoeira Paulista, onde se situa a sede da Comunidade Canção Nova, pertence à jurisdição da diocese de Lorena-SP.

distinção clara entre ministério ordenado e clero. Aquele é um serviço necessário, este uma casta.

De certa maneira, a estrutura das comunidades de vida no Espírito recoloca essa questão. Os padres das comunidades tendem a ser considerados membros no mesmo nível dos consagrados leigos, inclusive dos casados. A situação causa ainda maior desconforto aos setores conservadores quando esses padres inseridos na estrutura comunitária estão em posição hierárquica inferior a alguns leigos. Uma estrutura eclesial que se apresente com essa assimetria inversa dificilmente pode ser aceita sem reservas pelo catolicismo tradicional.

Numa reunião de comunidades dos Estados de Alagoas, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte, um dos padres presentes, membro de uma delas, fez uma declaração surpreendente: “O meu superior é um leigo”, disse ele. Essa asserção sinaliza para a dimensão das mudanças provocadas pelas comunidades de vida no Espírito no interior do catolicismo institucional. Nenhum aspecto das novidades de que são portadoras essas comunidades causa maior impacto do que a proposição implícita de um novo modelo de sacerdote católico, relativamente dissociado da ideia de dignidade e poder. Esta seria a principal característica desse novo clero que está surgindo: o clero das novas comunidades.⁷

Segundo Pléty (1999), esse tipo de proposição está na própria origem dos movimentos, desde o momento em que os leigos passaram a efetivamente protagonizar iniciativas católicas, tornando os padres meros assistentes espirituais. Para ele, muitos sacerdotes são atraídos aos movimentos pelo estilo dos leigos e, dessa maneira são estes que “geram um tipo de padre, e não mais padres, religiosos ou não, que geram um tipo de leigo” (PLÉTY, op. cit., p. 82).

Concretamente, esse novo panorama se verifica em graus diferentes nas diversas comunidades. Na Canção Nova, ele se reveste de certa opacidade, pelo fato de o fundador e moderador geral ser um padre. Outras comunidades sinalizam melhor o novo quadro: a) Comunidade Shalom, cujo moderador é um leigo celibatário; b) Comunidades Obra de Maria e Doce Mãe de Deus, cujos moderadores são homens casados. Todas têm padres em seus quadros. O próximo passo desse processo, obviamente mais contundente, será a ordenação de sacerdotes membros de comunidades dirigidas por mulheres. E se forem casadas, então...

Historicamente, o clero é uma casta eclesial que tende a oferecer resistência às novidades. Ao contrário, os movimentos religiosos pertencem potencialmente à possibilidade de renovação. Aqueles que surgiram após a realização do Concílio Vaticano II são

⁷ O catolicismo tinha apresentado até hoje dois tipos de clero: secular (diocesano) e regular (religioso); quando o segundo apareceu gerou tensão com o primeiro, até que ambos se acomodassem na estrutura eclesial. A mesma tensão ocorre agora com o surgimento desse terceiro clero.

componentes da grande movimentação social de resistência que se iniciou na França em 1968. Isso relativiza a ideia de que as novas comunidades são conservadoras e que pleiteiam uma recristianização em sentido tradicional.

As comunidades de vida no Espírito pertencem ao presente. Elas combinam nostalgia e senso de atualidade. Por causa disso é que se chocam com as estruturas eclesiais constituídas. No clero, aquilo que sobressai é a continuidade e o desejo de nada largar de um passado recente que teve seus momentos de glória. Para as jovens comunidades, mudar é muito simples, porque menos provadas pelo tempo: “Para os membros das comunidades novas, o presente é que conta. O hoje é essencial, o passado é minimizado (PLÉTY, op. cit., p. 169).

Sinteticamente, podemos afirmar que as novidades mais evidentes apresentadas pelas comunidades de vida no Espírito são: a) o surgimento de um novo tipo de clérigo; b) o seu caráter misto; c) a presença de casais num estilo de vida assemelhado à vida religiosa e d) o protagonismo de mulheres em algumas delas. Sobre a primeira novidade, já discorreremos aqui. A segunda diz respeito ao fato de que, nessas comunidades, homens e mulheres, casados e solteiros, leigos e sacerdotes, celibatários assumidos e pessoas que almejam o casamento, têm vida em comum, partilhando os bens materiais, os mesmos ambientes e, às vezes, a mesma residência. Pelo menos nessas proporções, nunca se viu isso na história do catolicismo. No início do cristianismo, as comunidades eram compostas de pessoas de variados estados civis. Entretanto, elas não se constituíam como instituições. O que se assiste hoje é a reunião de pessoas de múltiplas condições em formato institucional.

A presença de casais vivendo nessas comunidades juntamente com seus filhos (terceira novidade) suscita problemas nunca antes enfrentados pela Igreja Católica. As próprias comunidades se encontram atualmente diante do desafio de solucionar as questões provocadas pela necessária autonomia de vida dos filhos, o equilíbrio entre vida familiar e vida apostólica, e os enfrentamentos de convivência sugeridos por alguma assimetria frente aos solteiros no uso dos bens e na obediência.

A respeito da quarta e última novidade aqui referida (protagonismo de mulheres), é necessário alertar, antes, que muitas comunidades apresentam certo perfil machista, reforçando o modelo feminino dedicado à casa e ao marido. Entretanto, mesmo estas permitem que as mulheres exerçam funções importantes inclusive no seu governo. Outras comunidades vão mais longe: o número maior de mulheres acaba por determinar que elas estejam na maior parte dos postos de liderança. Esse protagonismo não chega a ser uma grande novidade em sentido estrito, pois na história da Igreja sempre existiram mulheres que,

por sua personalidade forte, acabaram exercendo importante influência nos rumos do catolicismo. Porém, na Igreja Católica nunca se viu mulheres exercendo autoridade sobre homens numa estrutura religiosa institucional. E isso ocorre nas comunidades de vida no Espírito como fruto de sua dinâmica empolgante e digna da atenção das ciências sociais.

2. As comunidades de vida no Espírito na literatura sócio-antropológica

A literatura sócio-antropológica a respeito das comunidades de vida no Espírito pode ser considerada escassa. Em nível internacional, ainda é referência o estudo etnográfico do antropólogo americano Thomas Csordas (1996), sobre a comunidade *Word of God*, a primeira entre as surgidas do movimento carismático nos Estados Unidos. Csordas vê certa ambiguidade no contexto da comunidade observada, que consiste na constatação de um ideário experiencial místico por um lado e, por outro, uma rigorosa normatização ascética para realização da missão salvacionista do mundo. Ele interpreta essa ambiguidade como um sintoma da condição pós-moderna, que cria a tensão entre o local e o global, normatização religiosa e misticismo, instituição e experiência.

Num estudo sobre novas configurações religiosas na modernidade francesa, Hervieu-Léger (1997), identifica as comunidades de vida no Espírito como “comunidades emocionais”, marcadas por fortes relações afetivas entre seus membros, pela valorização dos sentidos, da emoção e do corpo. Para ela, a exploração da subjetividade é o principal mecanismo promotor de adesão a essas comunidades, sendo o anti-intelectualismo um de seus elementos constitutivos.

Também na França, onde as primeiras comunidades apareceram em 1972, o fenômeno foi observado panoramicamente por outros pesquisadores, sempre no contexto do pentecostalismo católico. Martine Cohen (1990, 1997) considerou essas comunidades uma nova maneira de aclimatar os surtos sectários no seio da Igreja. Monique Hébrard (1992), por sua vez, enxergou nelas uma espécie de ordem religiosa em moldes laicais.

O fenômeno começou a ser registrado pelos pesquisadores brasileiros apenas a partir do fim da década de noventa (MARIZ, 2005). Pesquisando a Comunidade Shalom, com sede em Fortaleza - CE, Júlia Miranda (1999) caracterizou as comunidades de vida no Espírito como estruturas organizativas sustentadas por rígidas normas de conduta e comportamento, que teriam sufocado a espontaneidade propriamente carismática do movimento de RCC. A autora defende que essas comunidades abandonaram em larga medida o seu teor pentecostal,

aproximando-se mais de uma estrutura tradicional, a exemplo das antigas ordens religiosas. Essa visão é contestada por Eliane Oliveira (2003), que prefere acentuar os valores míticos e o conteúdo emocional presentes nelas.

Brenda Carranza (2000) também contempla as comunidades de vida no Espírito em seu trabalho sobre as origens e tendências do movimento carismático no Brasil. Essa autora faz uma breve descrição das principais comunidades brasileiras e diz que elas “se sentem portadoras do carisma específico de serem guardiãs da identidade da RCC, conseqüentemente, são as responsáveis para que o movimento, fiel a essa identidade, se espalhe” (CARRANZA, op. cit., p. 81).

De maneira geral, os estudos feitos no Brasil e no exterior levantam uma questão fundamental a respeito do perfil das comunidades de vida no Espírito: elas se burocratizam ou funcionam como as guardiãs do “sopro pentecostal” que caracteriza o movimento carismático? Alguns autores acentuam a dimensão institucional e normativa dessas comunidades, em detrimento do seu caráter emocional e espontâneo (Hébrard, Miranda). Outros preferem enfatizar suas características carismáticas e emocionais, identificando-as como mantenedoras do carisma próprio do pentecostalismo católico (Hervieu-Léger, Carranza). Outros, ainda, veem ambigüidades nessa matéria (Csordas, Cohen).

A nosso ver, as comunidades de vida no Espírito se movimentam pendularmente entre esses dois polos: carismatismo e burocratização. Devido a sua origem carismática, por um lado e, por outro, a seu estilo normativo aproximado da vida religiosa tradicional, essas comunidades ora contribuem para a manutenção da inspiração original do carismatismo, ora rotinizam suas práticas a ponto de se burocratarem. A tendência para um lado ou para outro depende muito das circunstâncias concretas, podendo oscilar conforme o momento de avanço ou de crise ou, ainda, de acordo com as orientações de suas lideranças.

A maioria dos estudos aos quais nos referimos até aqui consideram as comunidades no contexto do movimento carismático, sem a preocupação de identificar as suas especificidades. Parece-nos fundamental contemplar as comunidades de vida no Espírito independentemente do movimento carismático em sua amplitude, pois este tem passado por um processo de fragmentação, no sentido de que suas expressões têm tomado formas variadas. A partir do único movimento que chegou ao Brasil através do Padre Harold Rahm, no início da década de setenta, alguns grupos se constituíram em institutos religiosos tradicionais como a Fraternidade Javé Salvador e as Irmãs Carmelitas Mensageiras do Espírito Santo, outros em

forma de associações voltadas para os meios de comunicação, como a Associação do Senhor Jesus, e outros se dedicaram a fins diversos (trabalhos sociais, artísticos, missionários, etc).⁸

Ao assumirem suas especificidades, esses grupos geralmente emancipam-se da estrutura do movimento carismático. Este é o caso das comunidades de vida no Espírito que, a partir de certo ponto em que atingem maior organização, adquirem autonomia de governo e se transformam em instituições independentes. Essa emancipação não ocorre sem tensões. Curiosamente, as comunidades enfrentam junto ao movimento carismático institucionalizado, principalmente em âmbito diocesano, o mesmo tipo de problema que a RCC enfrentou com a hierarquia da Igreja durante seu processo de autonomização (SOUSA, 2005; SILVA, 2008).

Nos documentos e pronunciamentos oficiais da Igreja, os movimentos e as comunidades foram tratados, no princípio, como um único fenômeno, até pelo fato de que, ulteriormente, os elementos que os distinguiam ainda se apresentavam muito delgados. Também porque apareciam estruturalmente imbricados. Mas a partir do final da década de noventa começa a surgir nos discursos dos papas a distinção entre as duas coisas. A expressão usual passa a ser “movimentos e novas comunidades”. Isso reflete a compreensão que a própria hierarquia da Igreja tem atualmente de que essas comunidades adquiriram características muito próprias em relação ao seu movimento de origem.

Na literatura sócio-antropológica anterior ao ano 2000, as comunidades de vida no Espírito são vistas apenas enquanto componente do pentecostalismo católico, sem que sejam ressaltadas suas peculiaridades. Esse foco de análise reduz as possibilidades de compreensão do fenômeno como tal, lacuna que foi diminuída pela dissertação de Eliane Oliveira (2003). Em sua pesquisa, Oliveira investigou a Comunidade Canção Nova, contando com o trabalho de campo nos acampamentos de oração promovidos por essa comunidade em Cachoeira Paulista-SP.

As constatações de Oliveira (op. cit.) a respeito da Canção Nova serão consideradas mais adiante. Aqui, queremos salientar que, nesse mesmo estudo, ela indica que as comunidades de vida no Espírito apresentam duas configurações: 1) a convivência e 2) a missão evangelizadora. Isso faz com que, embora pareçam típicas “comunidades-fora-do-mundo”, essas comunidades não escapem nem evitem o diálogo com o mundo globalizado quando, por exemplo, investem intensivamente em recurso midiático de alta tecnologia como meio de evangelização de massa. Oliveira também afirma que o compartilhamento diário de

⁸ Sobre as origens do movimento carismático brasileiro cf. CARRANZA, Brenda Maribel. *Renovação Carismática Católica: origens, mudanças, tendências*. Aparecida: Santuário, 2000 e SOUSA, Ronaldo José de. *Carisma e instituição: relações de poder na Renovação Carismática Católica do Brasil*. Aparecida: Santuário, 2005.

concepções e práticas entre os que escolheram conviver em comunidades de vida intensifica a proposta de “viver no Espírito”, proposição essa assumida em certa medida por todo o movimento carismático.

Com base em sua dissertação de mestrado, Eliane Oliveira publicou o artigo *O mergulho no Espírito de Deus: interfaces entre o catolicismo carismático e a Nova Era* (2004), onde adverte que as comunidades de vida no Espírito são organizações que apesar de reconhecidas pela Igreja Católica, desfrutam de uma “independência expressiva em relação a ela, tanto em aspectos físico-estruturais – pois se instauram separadas do espaço tradicional das paróquias – quanto no que se refere à proposta de vivência comunitária e práticas religiosas” (OLIVEIRA, op. cit., p. 89).

Na presente década, os trabalhos mais importantes sobre as comunidades de vida no Espírito talvez sejam aqueles publicados pela professora Cecília Loreto Mariz, da UERJ. Seus estudos têm oferecido uma grande quantidade de dados sobre várias comunidades do Rio de Janeiro e as análises neles contidas têm contribuído para a compreensão do fenômeno como um todo. A produção da socióloga carioca ressalta, entre outros aspectos, a importância dos jovens na criação, manutenção e crescimento dessas comunidades, que são apenas uma entre as várias experiências que respondem à necessidade de pertencimento da juventude (MARIZ, 2005).

Além disso, Mariz (2004) constata que esse tipo de vida coletiva protege os indivíduos, isolando-os da sociedade mais ampla, reforçando a plausibilidade de seus valores ameaçados pelo mundo exterior. Dessa maneira, a eficiência do apelo dessas comunidades está relacionada, entre outras coisas, à fragilidade das famílias nucleares contemporâneas, que têm perdido sua capacidade de desempenhar bem as funções que se espera delas.

Em artigo elaborado em parceria com Gláucia Mello intitulado *Insatisfações com a família e sociedades contemporâneas* (s/d), Mariz parte da hipótese de que a formação de comunidades pode ser uma resposta de grupos religiosos “para as mudanças objetivas na estrutura da família, da mesma forma como pode ser uma resposta aos problemas ontológicos e emocionais decorrentes dessas transformações” (MARIZ & MELLO, op. cit., p. 52). Para Mariz & Mello (op. cit., p. 69), os membros dessas comunidades as consideram como sua família efetiva, “porque vivem com ela e é por ela que se sentem material e emocionalmente apoiados”.

A reflexão das referidas autoras deságua na proposição, já indicada aqui neste trabalho, de que a vida comunitária contemporânea constitui uma busca por segurança

existencial frente à anomia da sociedade e às incertezas oriundas da volatilidade do sistema capitalista em sua fase atual. Com efeito, segundo Mariz & Mello (op. cit., p. 69), com

o aumento do desemprego, crise econômica, além do crescimento da violência nas grandes cidades, as famílias parecem não ser capazes de oferecer a segurança de que as pessoas sentem necessidade. A comunidade estaria oferecendo a segurança material e afetiva que as famílias tradicionalmente forneciam.

Isso configuraria as comunidades como adversárias das famílias, na medida em que pretendem desempenhar o papel destas, razão pela qual muitos pais se colocam contra a experiência comunitária dos filhos.

A nosso ver, a suposição de que as comunidades representam uma ameaça às famílias é apenas parcialmente procedente, uma vez que a tensão também pode resultar em relações de parceria entre ambas. Isso porque alguns pais enxergam nessas comunidades uma possibilidade de resguardar seus filhos das ameaças a que os jovens estão sujeitos na sociedade urbana, como as drogas, a promiscuidade e o desemprego. Assim, as famílias que se sentem incapacitadas de educar as novas gerações acabam encontrando na experiência comunitária dos filhos um meio de preservá-los dos males sociais que as afligem e com os quais elas não sabem como lidar.

Segundo Mariz & Mello (op. cit.), funcionar como “alternativas às famílias” é um traço característico tanto das comunidades de vida no Espírito quanto das comunidades *New Age*. Elas observam, a partir de pesquisa empírica realizada no Rio de Janeiro, que a insatisfação com o modelo de família e a vida na sociedade contemporânea é um ponto comum no discurso dos membros desses movimentos.

Do ponto de vista sociológico, o movimento carismático e a Nova Era estão bastante aproximados em alguns aspectos, embora, como reconhecem Mariz & Mello (op. cit.), isso desagrade a ambos. Nos dois casos, a opção de formar comunidades como um projeto alternativo de vida é sempre acompanhada de críticas à sociedade moderna, secular e consumista. Mas isso não significa que os propósitos e objetivos dos dois tipos de comunidades sejam idênticos. As comunidades carismáticas distinguem-se das de Nova Era especialmente pela ênfase que dão à sua pertença eclesial católica, ou seja, o

seu discurso é de fidelidade e apoio à Igreja Católica. A crítica que fazem à sociedade contemporânea tem outro tom. Não se verifica em seus discursos uma preocupação com as

questões ambientais e naturalistas, o foco recai mais fortemente sobre o hedonismo e o materialismo do mundo contemporâneo (MARIZ & MELLO, s/d, p. 58).

Foi também da socióloga Cecília Mariz a iniciativa de publicar a coletânea mais completa até aqui sobre as comunidades de vida no Espírito no Brasil. Juntamente com Brenda Carranza (PUC-Campinas) e Marcelo Camurça (UFJF), Mariz organizou o livro *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno* (2009) que, de maneira geral, sugere que não se pode absolutizar o significado desinstitucionalizador da religiosidade contemporânea. Para os autores, nos dias de hoje as instituições religiosas procuram se relacionar com o mundo diferentemente do passado, sendo as comunidades de vida no Espírito um novo jeito institucional do catolicismo recuperar o espaço social perdido, pois elas conferem renovado vigor à Igreja Católica na disputa por prestígio com as religiões emergentes.

Comentaremos agora as constatações dos principais artigos dessa coletânea, deixando para mais adiante aqueles que dizem respeito especificamente à Comunidade Canção Nova. Em *Novos rumos do catolicismo* (2009), Luiz Roberto Benedetti concentra-se prioritariamente sobre o advento de um suposto “novo modelo de Igreja”, marcado pela dinâmica do carisma desencarnado e de corte conservador. Esse modelo estaria substituindo aquele em cujo bojo estava a opção pelos pobres e a luta pela justiça social. Benedetti (op. cit.) tende a situar as comunidades de vida no Espírito como uma das facetas desse novo modelo, caracterizando-as como um refúgio contra um mundo “fora dos limites”. No caso dessas comunidades, os muros subjetivos estariam substituindo os antigos muros conventuais. Ainda segundo esse autor, as comunidades de vida no Espírito procuram se vincular à Igreja Católica sem a mediação da diocese e emancipar-se do clero, na medida em que formam padres que as sirvam.

Caracterizar as comunidades de vida no Espírito como refúgios, especialmente de jovens que fogem da sociedade individualista e competitiva, tem sido uma chave de interpretação pertinente. Em certa medida, essa possibilidade de leitura está de acordo com a visão de Bauman (2003), Castells (1999) e da própria Cecília Mariz (2004). Contudo, ela representa apenas *um* aspecto do complexo universo de motivações para constituição dessas comunidades.

Em *Medievais e pós-modernos* (2009), um outro artigo da mesma coletânea, Rodrigo Portella, ainda que não questione diretamente essa chave interpretativa, coloca ao lado dela uma outra motivação possível para as renúncias feitas por esses jovens que abandonam a vida

secular em troca de um estilo de vida “pautado na diferença”. Portella defende que eles fazem uma *escolha*, “em princípio bem consciente”. Partindo de pesquisa sobre o crescimento da Fraternidade Toca de Assis, o sociólogo carioca sustenta que esses jovens não são constrangidos a romper com a sociedade.

Ao contrário, o constrangimento e as pressões são no sentido contrário. Portanto, mais do que um jovem que frequenta bares, cursa faculdade e adere às modas sociais, podemos dizer que jovens como os toqueiros, estes sim, ao tomar um rumo tão díspare do convencional como 'normal' pela sociedade, é que fazem uma verdadeira opção (PORTELLA, op. cit., p. 180).

Ora, essa visão – com a qual concordamos – aponta para outra razão capaz de explicar a vitalidade vocacional dessas comunidades: a escolha. Ela não se opõe à ideia de que a busca por comunidade no mundo atual seja provocada pela insegurança, mas não deixa de questionar a explicação – a nosso ver reducionista – de que o grande número de pessoas que opta por viver em comunidades de vida deve-se simplesmente ao medo de enfrentar o mundo e seus desafios. A atitude desses jovens pode significar também “um alto grau de juízo, que se constitui num elemento de alta flexibilidade, e não num desgosto pela vida social normativa ou numa atitude masoquista ou de *fuga do mundo*” (PORTELLA, op. cit., p. 180 – grifo nosso). Essa perspectiva de análise ilustra a constatação que faremos ainda nesta tese, de que os valores da modernidade não estão ausentes do fenômeno comunitário contemporâneo.

Continuando o comentário dos artigos da coletânea *Novas comunidades católicas* (2009). Brenda Carranza escreve *Perspectivas da neopentecostalização católica*, onde adverte que a proliferação das comunidades de vida e aliança, juntamente com sua opção preferencial pela mídia, significam dois elementos responsáveis pelo novo desdobramento no desenvolvimento histórico da Renovação Carismática Católica. Uma espécie de “terceira fase” do movimento: a neopentecostalização.⁹ Como “células fervorosas” da RCC, sustenta a autora, as comunidades de vida no Espírito “respondem à necessidade de estruturar os dons e carismas, enquadrando burocraticamente a força desordeira e espontânea das manifestações carismáticas que soldam a rotinização do carisma, nos termos weberianos” (CARRANZA, op. cit., p. 41).

9 Para a autora, a primeira fase refere-se à disseminação do legado espiritual e a segunda corresponde à rotinização do carisma. Ambas fazem parte da “etapa fundacional” do movimento. A terceira fase, marcada pelo “catolicismo midiático”, representa a volta ao catolicismo das multidões, desta vez focado na sociedade do espetáculo para visibilizar a Igreja (cf. CARRANZA, Brenda Maribel. *Perspectivas da neopentecostalização católica*. In: MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 33-58).

Já opinamos aqui sobre a ambiguidade entre carismatismo e burocratização nas comunidades de vida no Espírito. Porém, é interessante ressaltar que na visão de alguns dos principais líderes destas comunidades, elas não rotinizam a ação carismática, pelo contrário, funcionam como espaço de manutenção dessa dinâmica espontânea, frente à crise e rotinização do movimento em suas outras expressões. Em nossa observação na Canção Nova constatamos as duas tendências. De um lado, algumas comunidades, por força de sua institucionalidade ou vinculação com a hierarquia, põem as manifestações carismáticas numa estrutura disciplinar que lhes retira o caráter contestador. Noutros contextos, as comunidades representam a única expressão vivaz de carismatismo.

No capítulo sobre o crescimento das comunidades de vida no Espírito (*Novas comunidades: por que crescem?*), de Brenda Carranza e Cecília Mariz, uma das razões sugeridas pelas autoras é que essas comunidades oferecem formas diversas de consagração, especialmente para leigos, constituindo-se essa oferta sua grande inovação: “Nela os membros são reconhecidos e sentem-se parte do grupo que os situa e localiza na sociedade e na Igreja, retirando quaisquer vestígios de anonimato, marca registrada da crise no mundo contemporâneo” (CARRANZA & MARIZ, op. cit., p. 146).

Isso aponta para outro tipo de motivação para pertença nessas comunidades. Aqui, já nos referimos a dois deles: busca por segurança e escolha consciente. Carranza & Mariz (op. cit., p. 166-67) enfatizam a *identidade* que é oferecida pela consagração nessas comunidades: “Arrisca-se, portanto, sugerir que as *novas comunidades* no seio católico cumprem a função de ordenador e de esteio existencial, disponibilizando aos seus membros elementos para reconstrução da identidade pessoal”. Num mundo cujo individualismo conduz ao anonimato e à indefinição pessoal, essa particularidade assume conotação deveras importante. Essa leitura está em acordo com a proposição de Manuel Castells (1999, v. 2) sobre a formação de identidades de resistência.

Assim, temos até aqui três razões que justificariam a adesão de pessoas, especialmente jovens, às comunidades de vida no Espírito: busca por segurança, escolha consciente e desejo de identidade. Esses elementos estão imbricados e os três podem estar contidos numa única opção vocacional.

Carranza & Mariz (op. cit.) sugerem ainda outra razão para o crescimento dessas comunidades. Elas observam que nos depoimentos dos seus membros, quando questionados sobre o que buscavam ao ingressarem na comunidade, aparece constantemente a palavra “radicalidade”. Essa radicalidade, que abrange a vida sexual (celibato-castidade), a autonomia

peçoal (liberdade-obediência) e a subsistência (pobreza-renúncia), funcionaria como um “imã” para atrair pessoas à procura de preencher certo “vazio existencial”.

As autoras não deixam claro o significado de “radicalidade”, embora isso esteja subjacente no texto. No ambiente das comunidades, a radicalidade é entendida como uma forma de vida pautada nas proposições mais originalmente evangélicas, ou seja, no Evangelho em sua face mais pura, exigente e sem subterfúgios. Os comunitários geralmente se sentem *escolhidos* para viver em radical conformidade com esses preceitos, distinguindo-se dos outros cristãos em face de uma adesão mais intensa às palavras de Jesus transmitidas pela Bíblia. Esse ideal místico deságua, portanto, num estilo de vida ascético, marcado por práticas disciplinares que supostamente conduzem à santidade. Nesse sentido, a radicalidade emanciparia os indivíduos dos apelos da sociedade de consumo e de um estilo de vida marcado pela frouxidão moral e de costumes.

Os outros artigos da coletânea *Novas comunidades católicas* (2009) analisam algumas comunidades brasileiras em particular. A nosso ver, não acrescentam muito em relação àquilo que já foi discutido por outros autores, a não ser quanto a dados etnográficos. Os dois capítulos sobre a Comunidade Canção Nova serão comentados logo adiante. Por ora, cumpre-nos concluir essa parte aludindo brevemente ao artigo de Anjos & Carranza (2010), sendo este o mais recente entre aqueles que encontramos em nosso levantamento bibliográfico.

Anjos & Carranza (2010) tratam de aspectos do contexto eclesial em que surgem as novas comunidades, além de discorrerem sobre a sua estrutura organizacional e características fundamentais. Os autores destacam “alguns realces colhidos na interação das *novas comunidades* com o atual contexto” (op. cit., p. 3). Entre eles estão: contraposição forte ao secularismo e ao individualismo, reforço dos vínculos comunitários e eclesiais e busca de austeridade e radicalidade de vida. Para Anjos & Carranza, a emergência das comunidades de vida no Espírito se dá num contexto em que a humanidade está fazendo “um grande acerto de contas entre a razão *científica* e a *fê*”, o que propicia a reafirmação do *sagrado* em versões “pós-modernas”.

Os estudos sócio-antropológicos sobre a Comunidade Canção Nova são ainda mais escassos do que aqueles sobre as comunidades de vida no Espírito em geral. Encontramos, além de algumas monografias de graduação da área de comunicação, dois pesquisadores que têm se debruçado especificamente sobre sua atuação em território nacional e um terceiro que se concentra atualmente sobre a expansão internacional da Canção Nova, analisando sua chegada em Fátima (Portugal). Trata-se de Eliane Oliveira, Antonio Mendes Braga e Eduardo Gabriel, respectivamente. Além desses, em nível de pós-graduação, encontramos apenas a

dissertação de mestrado de Edilson Pereira (2008). Comentaremos a seguir o teor desses estudos.

A pesquisa de Eliane Oliveira (2003) se reveste de evidente pioneirismo. Sua dissertação é, pelo que podemos constatar, o primeiro trabalho de pós-graduação em Sociologia cujo objeto é a Comunidade Canção Nova. Substancialmente, Oliveira sugere uma possibilidade interpretativa da proposta religioso-comunitária adotada por essa comunidade de vida no Espírito. Para ela, o que caracteriza a Canção Nova é *o mergulho no Espírito de Deus*, metáfora usada para qualificar o envolvimento subjetivo que caracteriza a visão de mundo dos consagrados e o estilo de vida que abraçaram.

O 'mergulho místico no Espírito de Deus' representaria a experiência da possessão do fiel pelo Deus-Espírito Santo bem como a experimentação de fenômenos espirituais derivados dessa relação. O Espírito de Deus seria como um mar no qual o fiel mergulharia num ato de entrega, abandono, intimidade e confiança absolutos. (...) O fiel reconheceria sua impotência de ter o controle sobre os acontecimentos de sua vida e estabeleceria um contato íntimo com Deus-Espírito Santo na medida em que se permitisse escutar a Sua voz, calando-se (OLIVEIRA, op. cit., p.72-73).

Essa experiência, que Oliveira qualifica como mística e extraordinária, inclui a entrega da direção da vida pessoal a Deus e a aquisição e desenvolvimento dos dons espirituais, além de uma atitude de consagração total ao projeto salvacionista que a comunidade porta: “Uma vez investido do Deus-Espírito Santo, o comunitário 'mergulha' na realização das obras de Deus para salvar o mundo do pecado” (OLIVEIRA, op. cit. p. 88).

Com efeito, na maioria dos casos, os membros da Canção Nova, assim como das outras comunidades de vida no Espírito, dizem-se seguidores de um “chamado” feito pelo próprio Deus. A compreensão a esse respeito se processa nos acontecimentos cotidianos e se concretiza nas oportunidades surgidas para conhecer e entrar numa comunidade, oportunidades essas que são entendidas como sinais sobrenaturais. Normalmente, os comunitários se dizem identificados com o estilo de vida da comunidade a que pertencem e estão convictos de que essa é a sua vocação, ou seja, a forma de viver que Deus escolheu para eles antes mesmo deles nascerem. A experiência *vocacional* vivida de maneira encantada parece fundamental para que os comunitários superem as dificuldades concretas de entrar numa comunidade, como a oposição da família, o apego aos projetos pessoais ou o medo das regras institucionais.

A metáfora do “mergulho” traduz de maneira bastante aproximada a experiência vivida pelos que se consagram na Canção Nova. Esse “mergulhar” no Espírito de Deus exerce um papel fundante no trajeto dos comunitários e, ao mesmo tempo, conforme advoga Oliveira (op. cit.), inclui uma adesão objetiva aos valores ético-morais de conduta considerados corretos para alcançar a santidade e que são apreendidos a partir das orientações da Igreja Católica.

Dessa maneira, a proposta de vida na Comunidade Canção Nova se apresenta combinando os elementos místico e ascético, o que tem a ver com o processo de institucionalização/desinstitucionalização que ela empreende. É assim que Oliveira (op. cit., p. 105) analisa: “Essa comunidade de vida mostra-se, pelo menos, sob dois aspectos: um, mais místico e pouco institucionalizado - em alguns casos desinstitucionalizado; outro, mais ascético e institucionalizado”.

A Comunidade Canção Nova expressa de modo muito claro o paradoxo institucional promovido pelas comunidades de vida no Espírito: de um lado, ressignificam os elementos do catolicismo por meio da experiência subjetiva de contato com Deus; de outro, reforçam a institucionalidade católica pela adesão incondicional aos ensinamentos doutrinários e morais. A esse respeito, concordamos com Oliveira (op. cit., p. 126), que interpreta esse paradoxo da seguinte forma:

Tendo em vista que os católicos carismáticos não deixam de sentir-se vinculados à instituição nem negam valores institucionais, mas efetuam tanto o reavivamento de aspectos da tradição católica como os ressignificam, considero que não seja ainda adequado referirmos a sua experiência religiosa como desinstitucionalizada, mas talvez como institucionalmente ressemantizada.

Uma observação importante de Oliveira diz respeito às consequências possíveis desse “mergulho ascético no Espírito de Deus”. Segundo ela, “se levado ao extremo, pode produzir atitudes e concepções aproximadas de um fundamentalismo religioso, na medida em que enrijece e absolutiza os valores institucionais” (OLIVEIRA, op. cit., p. 89).

Evidentemente, a possibilidade de que isso ocorra sempre existe. Mas a experiência da Comunidade Canção Nova aproxima-se muito mais do cultivo de uma forte convicção a respeito dos seus valores, o que pode contrastar com as expectativas e valores da sociedade de consumo. Não se pode afirmar sem incorrer em risco de equívoco, que a Canção Nova esteja

extremando negativamente sua experiência de “mergulho”. A própria Eliane Oliveira (op. cit., p. 106) faz essa constatação:

Minhas primeiras impressões sobre a Canção Nova classificaram-na como fundamentalista. Entretanto, quando comecei a participar dos 'Acampamentos', percebi que a rigidez e a ortodoxia não eram o único e, talvez, nem o maior traço discursivo da Comunidade de Vida Canção Nova. Só estando lá como observadora participante foi que iniciei a entrada por outros contextos e nuances da Comunidade e pude notar que havia muitos outros discursos circulantes e não apenas aqueles que eu, até então, delimitara.

A Comunidade Canção Nova pode ser interpretada como “fundamentalista”, apenas a partir da perspectiva e do conceito desenvolvido por Manuel Castells (1999, v. 1 e 2), conforme já esclarecemos aqui.

É também sobre a proposição de “viver no Espírito” que Eliane Oliveira discorre no capítulo *A vida no Espírito e o dom de ser Canção Nova*, publicado na coletânea organizada por Mariz, Carranza e Camurça (2009). Ela explica que “no Espírito” é um predicado da vivência na Canção Nova: “Ou seja, na Canção Nova não se vive em comunidade unicamente porque se estima a vida comunitária por ela mesma. A vida comunitária na Canção Nova era diferente da vida comunitária de outros exemplos de comunidade, porque na Canção Nova se vive 'no Espírito'” (OLIVEIRA, 2009, p. 205). Sob essa perspectiva, ela seria um exemplo neorromântico ou pós-moderno de catolicismo.

Outro aspecto interessante apreendido por Oliveira é o fato de a Canção Nova ser entendida pelos seus participantes como um “dom”, um “jeito de ser”. Esse “dom” tem caráter sobrenatural e se materializa no mundo “em pessoas, em caráter, em espaço, em arquitetura, em mídia, em comunidade” (OLIVEIRA, op. cit., p. 212). Trata-se de uma espécie de “cosmologia” que ainda está em aberto para ser desvelada pelas pessoas. Oportunamente, analisaremos como esse “jeito de ser Canção Nova” influencia no estabelecimento das relações desta com seu público televisivo.

O referido capítulo de autoria de Eliane Oliveira parece baseado em sua tese doutoral intitulada *Sinfonia inacabada: segredo, imaginação e a comunidade de vida Canção Nova* (2008). Essa tese é uma etnografia sobre a Comunidade Canção Nova, composta de duas histórias que são contadas alternadamente. A primeira diz respeito à própria comunidade desde sua gênese. A segunda expõe os fatos vivenciados pela pesquisadora durante a coleta

dos dados, especialmente nos contatos com os comunitários e com outros atores sociais indiretamente relacionados a ela ou ligados ao contexto acadêmico da pesquisa.

Oliveira (2008) sugere que o segredo e a imaginação são os eixos centrais organizadores da cosmovisão da Canção Nova e de sua atuação no mundo, uma vez que sua história obedece a uma “lógica de desdobramento”, em que o “dom” “Canção Nova”, conquanto terminado “espiritualmente” por Deus, materializa-se apenas gradativamente no mundo dos homens. Dessa maneira, os portadores desse “dom” não sabem tudo o que ele é, mas o descobrem conforme a paulatina revelação divina. Segundo a autora, este “segredo de Deus” sobre o destino da Canção Nova provoca horizontes imaginativos que colocam os comunitários sempre a caminho: para frente, em direção à realização plena do referido dom e, para trás, porque é preciso permanentemente descobrir o que ele já é nos planos de Deus. Ser Canção Nova, então, implicaria uma busca permanente pela descoberta desse “dom”.

Se os trabalhos de Eliane Oliveira privilegiam a visão de mundo dos comunitários da Canção Nova, Antonio Mendes Braga (2003, 2004, 2006), por sua vez, concentra-se mais sobre o uso que essa comunidade faz da televisão. Em artigo publicado na revista *Religião e Sociedade*, Braga (2004) chama a atenção para o binômio “providência e compromisso” que, na Canção Nova, substitui a referência “mercado e consumismo”. Consoante esse autor, o fato dessa comunidade não fazer uso de inserções publicitárias em seu canal de televisão,¹⁰ significa uma opção tácita no sentido de não precisar submeter-se às regras do mercado e ter autonomia diante do que possa gerar desconforto em relação ao *ethos* cançonovista.

No bojo desse *ethos* está, segundo o autor, a ideia de que a comunidade é um projeto imaginado, desenvolvido e mantido pela própria providência divina. Em trabalho apresentado na XII Jornada sobre Alternativas Religiosas na América Latina da Associação de Cientistas Sociais da Religião do Mercosul, Braga (2003, p. 10) sustenta que as ações humanas realizadas na Comunidade Canção Nova “se dão dentro de uma lógica maior, de uma ordem cósmica transcendente e divina”. Os membros da Canção Nova sentem-se dentro de um projeto proveniente de Deus e “encaram a TV não como um fim em si mesma, mas como um meio para a realização de um projeto evangelizador”.

Nesse mesmo trabalho, Braga diz que a TV Canção Nova é a que melhor reflete o catolicismo e a Igreja Católica, “desde as pessoas que estão por trás – na produção do canal – até aquelas que aparecem na grade de programação” (p. 8). Justamente pelo fato de ser entendida como um projeto de Deus, é que a TV Canção Nova, embora proceda tecnicamente

10 O mesmo procedimento é adotado nas emissoras de rádio administradas pela Canção Nova.

de modo semelhante ao de qualquer outra televisão, “no que tange às disposições morais e estéticas, à maneira de ver, conceber e apresentar as coisas, tudo tende a ser operado numa outra ordem de significados do que aquela que habitualmente uma TV comercial, por exemplo, poderia dar a essas coisas” (BRAGA, op. cit., p. 11).

É assim que, consoante Braga (op. cit.), na TV Canção Nova as coisas convergem para que: a) as pessoas façam uma “descoberta” de Deus e da Igreja; b) sintam-se motivadas a se converter ao estilo de vida que ali está sendo proposto; e c) comprometam-se com a comunidade e com aquilo que é ensinado pela Igreja Católica.

Vale salientar, por fim, que esse autor entende o surgimento da Comunidade Canção Nova como um reflexo dos processos de transformações e mudanças que podem ser observados dentro do próprio catolicismo contemporâneo e que essa comunidade é um tipo de experiência midiática carismática que possibilita a refração no interior do catolicismo, não apenas de outras linguagens, mas também de novas práticas religiosas (BRAGA, 2004, 2006).

Eduardo Gabriel, em seu estudo sobre a Canção Nova *Expansão da RCC brasileira: a chegada da Canção Nova em Fátima-Portugal* (2009), sugere inicialmente que os processos contemporâneos de globalização tendem a uma expansão proselitista de certas religiões mundiais, “sobretudo o islamismo, o protestantismo evangélico e, particularmente agora, o catolicismo carismático, como um dos maiores movimentos da Igreja” (GABRIEL, op. cit., p. 224).

Para Gabriel, um desses empreendimentos expansionistas é o da Comunidade Canção Nova, que já possui casas de missão nos Estados Unidos, na França, Itália, Israel e Portugal (primeira missão cançãonovista fora do Brasil). Segundo ele, em Fátima, a Canção Nova procurou implantar o mesmo modelo de carismatismo que faz parte de sua experiência no Brasil, que inclui a tentativa de “recatolicizar” os católicos. Isso ocasionou um conflito com a realidade cultural portuguesa, marcada pela religiosidade clerical e por experiências negativas com a Igreja Universal do Reino de Deus.

De certa maneira, o carismatismo brasileiro da Canção Nova foi associado ao evangelismo também brasileiro da IURD, o que suscitou resistência da parte do povo português. Apesar disso, segundo Gabriel (op. cit.) a Canção Nova consegue realizar em Fátima atividades como animação de grupos de oração, encontros de evangelização e programas de rádio e televisão. Além disso, ela tenta hoje “esquivar-se da imagem brasileira das ‘três grandes desgraças’ que foram levadas pelos brasileiros (...) que são: as seitas, as novelas e a prostituição” e “encaixar-se numa sociedade já formada, com tradição

consolidada, de religiosidade alicerçada, mas de experimentação religiosa subjetiva moderna débil” (GABRIEL, op. cit., p. 235.239).

Por fim, vamos nos reportar ao estudo de Edilson Pereira: *O Espírito da Comunidade: passagens entre o mundo e o sagrado na Canção Nova* (2008). Neste estudo, Pereira analisa a Canção Nova em sua dimensão simbólica, abordando os sentidos contidos na máxima “estar no mundo sem ser do mundo”. Segundo esse autor, as relações sociais e práticas religiosas produzidas nos limites simbólicos dessa comunidade exprimem o ideal cançonovista de fazer com que as pessoas passem da condição de indivíduo *no mundo* à de pessoa *da comunidade*. Nessa perspectiva, as orações que ali são feitas teriam o objetivo não de agir sobre os seres sagrados, mas, ao contrário, de permitir que estes atuem no ser humano.

Com base em sua dissertação, Pereira publicou o artigo *O espírito da oração ou como carismáticos entram em contato com Deus* (2009), em que analisa as orações e práticas religiosas desenvolvidas pelos membros da Canção Nova, notadamente os eventos da glossolalia, da profecia e do repouso no Espírito. Pereira observa que nessas práticas estão imbricados os sentimentos, a linguagem e a corporalidade, operando juntos como dispositivos de atualização e confirmação da presença e ação do Espírito Santo no mundo e nas pessoas. As orações seriam proferidas e, ao mesmo tempo, performatizadas, no intuito de fazer dialogar e interagir, continuamente, os seres humanos e a divindade, podendo se realizar como uma verdadeira materialização da ação divina sobre a vida humana.

A despeito dos esforços desses pesquisadores, de maneira geral, pelo menos no Brasil, ainda carecemos de estudos que ofereçam uma visão mais ampla a respeito do fenômeno das comunidades de vida no Espírito. A presente tese pretende contribuir para isso, através da análise da Comunidade Canção Nova, sobre a qual discutiremos a seguir.

3. Comunidade Canção Nova: gênese e expansão

A Comunidade Canção Nova surgiu em Cachoeira Paulista, cidade situada no Vale do Rio Paraíba, interior de São Paulo. A região é marcada por intensa religiosidade, em cujo centro está o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, considerada padroeira do Brasil. Ao Santuário, acrescentou-se mais recentemente os lugares onde atuou o Frei Antonio de Santana Galvão (Guaratinguetá-SP), primeiro brasileiro nato a ser declarado santo pelo Vaticano, e a própria Canção Nova, como lugares de fluxo de visitantes devotos,

configurando-se assim uma tríade que se constitui um dos circuitos turísticos religiosos mais importantes do país atualmente.

Quando a Comunidade Canção Nova começou, o Brasil estava em pleno regime militar e vivia ainda, do ponto de vista eclesial, o fragor das mudanças propostas pelo Concílio Vaticano II. A Igreja do Brasil tentava incorporar as proposições deste e das conferências episcopais latino-americanas, largamente influenciadas pela Teologia da Libertação, e a opção preferencial pelos pobres, motivação principal de sua ação institucional. Naquele momento político, essa opção apresentava-se concretamente através da luta contra a ditadura militar e pelo apoio aos movimentos populares de esquerda.

Silva (2009) se pergunta como foi possível surgir num contexto sócio-eclesial como esse, uma comunidade carismática despolitizada e identificada com a *opção preferencial pelo espiritual*, como é o caso da Canção Nova. Ele mesmo conclui que “alguns católicos não estavam satisfeitos com o caráter politizado da Igreja; talvez, desorientados por causa do caos social, inseguros com a política econômica estabelecida pelos governos militares, queriam encontrar na religião o lugar da experiência do sagrado” (SILVA, op. cit., p. 195). Na verdade, não apenas a Canção Nova, mas a própria Renovação Carismática, assim como outras comunidades de mesmo perfil, conseguiram ir ao encontro das exigências dos que buscavam um catolicismo menos politizado e mais espiritual.

Concretamente, o surgimento da Canção Nova deve-se, antes de tudo, às iniciativas do padre salesiano Jonas Abib, considerado o seu fundador. Nascido no município de Elias Fausto, no interior do Estado de São Paulo, aos 21 de dezembro de 1937, Jonas Abib foi ordenado sacerdote católico no dia 8 de dezembro de 1966, sendo um dos pioneiros no trabalho de evangelização com jovens através da música. Mas foi o contato com o movimento carismático que fez de Padre Jonas um desbravador. Ele conta que a relação com o pentecostalismo católico, estabelecida no começo da década de 70, mudou os rumos do seu ministério sacerdotal.

Abib (1999, p. 11) declara que “era um bom seminarista”, mas não havia feito “uma experiência pessoal com Jesus”. Essa experiência teria ocorrido no dia em que o Padre Haroldo Hahm, jesuíta iniciador da Renovação Carismática no Brasil, veio ao convento em que Jonas residia, falar a respeito do movimento carismático.¹¹ “[Ele] fez o que foi possível em um dia – explica o padre salesiano. Realmente, não entendi bem o que era Renovação Carismática Católica; também não entendi o que era efusão do Espírito Santo nem mesmo os

11 Isso teria ocorrido no dia 2 de novembro de 1971, segundo informação do próprio Padre Jonas (cf. ABIB, Jonas. *Canção Nova: uma obra de Deus*. São Paulo: Canção Nova, Loyola, 1999, p. 16).

dons. Porém, desejei do fundo do coração. Entendi que era o que me faltava” (ABIB, op. cit., p. 16).

Padre Jonas conta ainda que, nesse mesmo dia, após a missa, o Padre Haroldo se ofereceu para impor as mãos sobre os sacerdotes presentes naquela reunião. Embora reticentes, todos teriam aceitado para não parecerem mal educados. Então,

ele simplesmente passou impondo as mãos sobre cada um de nós. O que aconteceu com os outros eu não sei; sei o que aconteceu comigo. Para dizer a verdade, reconheço que naquele momento não senti nada! Porém, naquela noite, comecei a orar como nunca tinha orado antes (...). Eu não saberia explicar. O que eu sabia é que antes me faltava alguma coisa, que eu pensava ser fé; porém, o que me faltava, agora não me faltava mais. O vazio que existia estava inteiramente preenchido (ABIB, op. cit., p. 16).

Essa experiência foi, segundo Abib (op. cit.), o elemento propulsor de sua vida pessoal e da fundação da Canção Nova. Pois foi a partir desse acontecimento que ele começou a promover na região em que morava e fora dela, encontros e retiros cuja característica era a comunicação da experiência pentecostal carismática. Com essa finalidade, chegou a construir uma casa, chamada *Casa de Maria*, na cidade de Queluz - SP, vizinha à Cachoeira Paulista.

Esses retiros deram origem ao ideal comunitário proposto pelo Padre Jonas. Ele afirma que “aquilo foi se formando dentro de mim” e que

houve um momento em que, viajando para a nossa casa de encontros onde ia ter uma grande reunião com um grupo de jovens que eu acompanhava já há dois anos (...), Deus me deu uma inspiração, que durante aquele encontro eu fizesse aos jovens um apelo, um desafio: quem estava disposto a deixar a sua casa, seus trabalhos, seus estudos, até mesmo o seu namoro e virmos viver em comunidade para fazermos juntos o trabalho que eu fazia com eles” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

A proposta foi aceita por alguns jovens que deveriam, segundo orientação do próprio Padre Jonas, obter a bênção dos pais, ainda que estes não compreendessem a opção: “Eu dei um tempo para eles, para que resolvessem todas as suas situações (...). E foi justamente meses depois que nós começamos a comunidade” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008). Começaram a experiência de vida em comum no dia 2 de fevereiro de 1978: o Padre Jonas e mais onze pessoas, entre elas três religiosas salesianas e uma jovem viúva, Luzia Santiago, considerada hoje como co-fundadora da Comunidade.

Apesar de ser uma proposição inusitada para a época, a relativa adesão explica-se inicialmente pelo clima de entusiasmo e novidade causado pelo trabalho pastoral do Padre Jonas. A sua liderança marca toda a história da Canção Nova até aqui. Abib é considerado pelos membros da Canção Nova, assim como pelos carismáticos de todas as expressões, como um líder espiritual inspirado por Deus. Na realidade, esta é uma característica de quase todas as comunidades de vida no Espírito: trazem a centralidade da figura do fundador. Numa perspectiva weberiana, o fundador seria um profeta “renovador”, que não intenta romper com a instituição nem fundar outra religião, mas apenas reinterpretar a tradição (WEBER, 1998). Segundo Carranza & Mariz (2009), os fundadores das novas comunidades suscitam veneração e seguimento, despertam as forças individuais de autorrealização e dinamizam um companheirismo radical.

Na interpretação de seu fundador, assim como dos seus membros, a Comunidade Canção Nova é uma inspiração divina. No modo como explicam o surgimento da comunidade predominam as motivações intuitivo-espirituais. O Padre Jonas garante que resistiu interiormente àquela inspiração de convocar os jovens para morarem juntos: “Eu achei aquilo tão absurdo que eu mesmo dizia pra Deus ali em oração: ‘Senhor, ninguém vai aceitar’. Mas Deus foi tão insistente que eu disse: ‘Tudo bem, então eu vou fazer o desafio e se realmente é o Senhor que *está inspirando*, haverá quem aceite” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008 - grifo nosso).

Carranza & Mariz (2009, p. 154) afirmam que, “em geral, os relatos fundacionais das novas comunidades registram o chamado ‘encantado’ do líder, experiência que se estende aos membros quando decidem participar da comunidade”. É assim que, ainda segundo as autoras (op. cit., p. 149), “tal como ocorre no mundo pentecostal protestante, líderes [católicos] criam comunidades, definem o ‘carisma’ (...) e regras, respondendo a inspirações interpretadas como divinas”.

De fato, não há indícios de que na origem da Canção Nova esteja um planejamento racional ou um projeto institucional considerado a partir de estratégias traçadas.¹² Conquanto a dinâmica de interesses e uso da reflexividade não estejam ausentes do processo de nascimento e expansão dessa comunidade, ele se distancia de uma racionalidade moderna, em

12 Rodrigo Portella percebeu a mesma coisa em relação à Fraternidade Toca de Assis: “Muito do que a Toca é hoje o é, não por planejamentos racionais, mas por ter sido validado e construído numa experiência pessoal do Padre Roberto com o divino, a partir de inspirações diretas de Deus ao fundador” (PORTELLA, Rodrigo. *Medievais e pós-modernos: a Toca de Assis e as novas sensibilidades católicas juvenis*. In: MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 171-194).

cujo bojo estão os discernimentos calculados, as aferições e os planejamentos, dando lugar a forças exógenas provindas da comunicação com o divino.

Esse foco de análise privilegia a perspectiva dos próprios sujeitos sociais, ou seja, o modo como estes encaram a ação. As supostas inspirações ocupam lugar central na experiência das comunidades de vida no Espírito, cujos membros acreditam realmente que seguem um projeto divino. No caso da Canção Nova, o fundador admite ter sido necessário emancipar-se de sua “cabeça de padre”¹³ para consentir naquilo que estava considerando, ainda que de forma reticente, uma inspiração de Deus (ABIB, 1999).

A própria descoberta da palavra fundante¹⁴ obedece a um procedimento mágico. Padre Jonas conta que, motivado por um depoimento que escutou num encontro do movimento Focolare, fez algo que, segundo ele, nunca havia feito: “Peguei um livrinho dos evangelhos. (...) Abri ao acaso. Caiu no capítulo dezesseis de Mateus. Os meus olhos se fixaram na pergunta de Jesus para os apóstolos: - *E vós, quem dizeis que eu sou?* Foi impressionante!” (CHALITA, 2008, p. 124).

Essa prática viria a ser uma das mais constantes no movimento carismático, norteadora de decisões pessoais. Segundo Benedetti (2009), ela está fundada mais num sentimento individual e num laço emocional do que num sentido de mundo e de história. Para ele, o texto bíblico se torna nesses casos um receituário de caráter mágico: “Aberto ao acaso apresenta-se como a resposta de Deus ao problema vivido. Uma recomposição que sucede e se opõe explicitamente àquela efetuada nos anos da contestação” (BENEDETTI, op. cit., p. 28).

O impacto social causado pela iniciativa do Padre Jonas Abib de constituir uma comunidade mista não pode ser aqui desconsiderado. O fato de passarem a morar juntos (um padre, três religiosas e oito jovens rapazes e moças) causou estranheza entre os habitantes de uma região marcada pelo catolicismo tradicional.

Quando começamos a viver em comunidade – narra o Padre Jonas - algumas senhoras foram conversar com o bispo. Como se tratava de rapazes e moças vivendo e trabalhando juntos, foram dizer ao bispo que aquilo não era comunidade, era uma bagunça. Ele, depois, me contou que chegaram a dizer: - Damos nove meses para as moças estarem com bebês no colo (CHALITA, 2008, p. 247).

13 A expressão designa o modo de ponderar as coisas a partir de uma racionalidade instrumental.

14 A “palavra fundante” é o trecho bíblico que norteia todo o “carisma” da nova fundação, constituindo-se em seu principal referencial teológico. A Canção Nova considera Mateus 16, 15 sua palavra fundante.

Essa narração do Padre Jonas dá uma ideia do modo como reagiram os habitantes de Cachoeira Paulista diante do fato. Por outro lado, o depoimento de Luzia Santiago (Entrevista ao Portal Canção Nova, p. 3) ajuda a explicar como foram as reações das famílias daqueles jovens: “No início foi difícil – diz ela -, porque até os nossos pais tinham grandes preocupações conosco. Meus pais, mineiros tradicionais, sofreram, porque eram jovens saindo de suas casas para morar com um padre, tido por alguns como um louco e que estava largando a sua congregação”. Ela ainda testemunha na mesma entrevista: “Onde nós começamos a viver em comunidade, na rua dom Bosco 95 (Lorena), os seminaristas salesianos mudavam de calçada quando passavam por ali”.

No contexto de uma religiosidade tradicional, a experiência de fundação da Canção Nova constituía-se uma novidade. Na época dos seus inícios, o bispo de Lorena - SP era Dom Antônio Afonso de Miranda.¹⁵ De acordo com o direito canônico, ele poderia intervir, impedindo o compartilhamento comunitário que se iniciava. Se o tivesse feito, poderia ter interrompido na origem todo o fluxo que isso desencadeou. Entretanto, Dom Antônio não o fez, apesar de reconhecer o estranhamento que a experiência causou em sua pessoa. Ele justifica o seu proceder da seguinte forma: “Na mesma ocasião havia lido o documento de trabalho do Sínodo sobre vida religiosa. Nele havia algo sobre a 'remodelação' da vida religiosa, possibilitando que casais também pertencessem à vida consagrada” (Dom Antonio Afonso de Miranda, Entrevista ao Portal Canção Nova, p. 2). Essa teria sido a razão pela qual o bispo não emitiu nenhum parecer oral ou escrito sobre a comunidade nascente, limitando-se a fazer algumas recomendações.

A justificativa de Dom Antonio Afonso de Miranda, atualmente bispo emérito de Taubaté - SP, procede apenas parcialmente. De fato, os sínodos pós-conciliares haveriam de reconsiderar algumas práticas e conceitos da Igreja. Mas o ponto ressaltado pelo bispo, a rigor, não implica na autorização de experiências como a da Canção Nova, inclusive porque *não havia casais* entre os seus primeiros membros. Por que, então, Dom Antônio autorizou que se continuasse a vida comunitária do grupo?

Em princípio, é preciso esclarecer que a permissão de continuidade da experiência não implica num reconhecimento da mesma. A autoridade eclesiástica apenas não a elimina, considerando a *possibilidade* de nela haver algo de novo e significativo para a Igreja. Trata-se de uma prudência pastoral normalmente adotada pelos bispos menos rigorosos nessas matérias.

15 Segundo informações colhidas entre os iniciadores da Renovação Carismática no Brasil, Dom Antonio foi um dos maiores críticos da RCC em suas origens.

Contudo, por trás dessa prudência pode haver mecanismos de poder que contem a favor ou contra o grupo que apresente a novidade. No caso da Canção Nova, a presença de um clérigo pode ter intimidado o bispo a intervir de um modo mais contundente. A nosso ver, esse elemento tornou possível a manutenção da experiência comunitária iniciante. Muito provavelmente, se ela fosse composta apenas de leigos, teria sido alvo de maiores reticências ou execração. Isso se confirma pela postura do bispo sucessor de Dom Antonio, Dom João Hipólito, conforme esclarece o Padre Jonas: “Dom João me chamou, quis saber tudo direitinho da minha boca. Expliquei bem explicado o que estava acontecendo. E Dom João disse: - Está certo. Não entendo, mas confio” (CHALITA, 2008, p. 248).¹⁶

Outrossim, Dom Antonio Afonso de Miranda tinha, de certa maneira, provocado aquela situação, quando solicitou do Padre Jonas que fizesse alguma coisa com os jovens, em vistas da evangelização proposta pela Encíclica *Evangelii Nuntiandi*, do Papa Paulo VI. Essa proposição pode ser considerada o segundo elemento propulsor da origem da Canção Nova (o primeiro é a experiência pessoal de Jonas Abib com a Renovação Carismática).¹⁷ No ano de 1976, Dom Antonio teria dito ao Padre Jonas, com a encíclica na mão: “É muito sério, temos de colocar este documento em prática, porque os batizados não são evangelizados. O senhor trabalha com jovens. Então comece com eles, porque com os jovens será mais fácil” (CHALITA, 2008, p. 220). “Dai nasceu a Associação Canção Nova”, diz Abib (1999, p. 18).

É fato relevante que nesse mesmo dia, o bispo tenha pedido também que o Padre Jonas entrasse nos meios de comunicação, pois, segundo afirma, via nele um talento capaz de realizar esse trabalho. Ele não podia prever o que seu pedido provocaria: “Eu não pensava que dentro de 30 anos a Igreja teria uma emissora de televisão com tanta influência” (Dom Antonio Afonso de Miranda, Entrevista ao Portal Canção Nova, p. 1).

A expansão da Comunidade Canção Nova deu-se principalmente por meio de sua inserção nos meios de comunicação de massa, o que não começou pela televisão e sim pelo rádio. Logo nos primeiros anos de existência da comunidade, o Padre Jonas vislumbrou a possibilidade de possuir uma emissora:

16 A Canção Nova foi reconhecida oficialmente como associação pública de fiéis pelo bispo da diocese de Lorena, Dom João Hipólito de Moraes, aprovando seu estatuto no dia 10 de março de 1995. Treze anos depois, em 12 de outubro de 2008, a comunidade receberia o reconhecimento pontifício.

17 Jonas Abib afirma: “Defino como momento do nascimento [da Canção Nova] o dia em que Dom Antonio (...) me chamou ao seu escritório” (cf. ABIB, Jonas. *Canção Nova: uma obra de Deus*. São Paulo: Canção Nova, Loyola, 1999, p. 28).

Surgiu na região uma rádio na cidade de Cruzeiro, que abriu concorrência para a concessão. Eu fui me aconselhar com o diretor da Rádio Bandeirantes de Cachoeira Paulista, onde fazíamos um programa. Ele disse: 'Padre, não vai adiantar porque essa rádio [de Cruzeiro] já tem dono. (...) Por que o senhor não compra *esta* rádio [Bandeirantes]?'. Eu perguntei o preço. Ele disse: dois milhões. Eu não me lembro qual era o dinheiro da época, mas era uma quantia impossível [de ser paga por nós]. Eu sorri pra ele e ele entendeu meu sorriso e ficamos aí. Mas especialmente através de Dom Cipriano e da comunidade dele [Comunidade Emanuel – Rio de Janeiro] veio um aviso para nós dizendo que nós nos aventurássemos àquele desafio, que Deus estaria conosco. Foi quando nós entramos nesse desafio de adquirir aquela rádio. Foi o passo que nós demos para entrar de cheio nos meios de comunicação” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

O processo de inserção nos meios de comunicação obedece à mesma lógica presente no começo da vida comunitária: o seguimento às inspirações divinas propostas pelo fundador. A condição de sujeito é sempre atribuída a Deus, com as pessoas sendo seus instrumentos. Ao negociar a rádio, Abib chega a se apresentar como “funcionário de Deus”: “Não estou aqui para comprar uma rádio. O senhor não é o gerente da Bandeirantes? Eu estou aqui como funcionário de Deus. Ele é que quer uma rádio. Estou aqui apenas para fazer o negócio” (ABIB, 1999, p. 79). A rádio foi adquirida no dia 1 de abril de 1980.

Padre Jonas, assim como os seus seguidores, interpretam as supostas ordens divinas a partir dos acontecimentos do cotidiano e das intuições motivadas pela oração. Foi assim que, no fim de um evento de evangelização, ele recebeu uma nota de um dólar e afirmou: “*Sinto* que esta nota é para o começo da televisão” (ABIB, 1999, p. 91 – grifo nosso). Isso foi no carnaval de 1989. A TV Canção Nova – sobre a qual falaremos mais adiante – iniciou seus trabalhos em 8 de dezembro do mesmo ano.

A Comunidade Canção Nova é uma referência entre as comunidades de vida no Espírito do Brasil. E isso se deve, sem dúvida alguma, ao pioneirismo do Padre Jonas Abib e ao peso simbólico das atitudes tomadas por ele e pela comunidade para fazer avançar o seu trabalho, atitudes **que** são consideradas no meio carismático como sinais de sua missão sobrenatural. Entre essas ações destacam-se: a) o fato de constituir uma comunidade de vida mista numa época em que isso era incomum na Igreja Católica; b) o fato de “viver da providência”, recusando qualquer pacto com a sociedade de consumo e obtendo o sustento não do trabalho secular e sim de doações dos outros cristãos; c) a ousadia de adquirir coisas, especialmente meios de comunicação para utilizar no trabalho evangelizador, mesmo sem ter o dinheiro para pagar.

Para os objetivos desta tese, é importante destacar a sua inserção na mídia. Nas próximas seções deste capítulo, nosso foco será sobre a expansão midiática cançãovista e o surgimento da TV Canção Nova, principal veículo utilizado por essa comunidade para disseminar sua mensagem. Procuraremos situá-la no contexto da complexa relação entre religião e mídia, relação esta que foi intensificada nos últimos anos devido ao pluralismo religioso e à necessidade das religiões de se afirmarem ou reafirmarem na esfera pública.

4. A religiosidade na mídia

As instituições religiosas têm encampado uma intensa batalha pela inserção nas mídias, especialmente a televisão, visando fazer dos meios de comunicação de massa uma extensão de seus templos, púlpitos e altares. Essa inserção foi motivada pelas mudanças sociais que outorgaram à mídia o *status* de instrumento indispensável para a divulgação da mensagem religiosa e de valores sociais em acordo com esta. Na contemporaneidade, os veículos midiáticos afiguram-se como imperativos para a fixação de valores e crenças, com espaços no rádio e na TV deixando de ser um supérfluo para se transformar numa necessidade para a sobrevivência da própria religião (MORAES, 2006; MARTINO, 2003).

Mais especificamente, as razões dessa inserção midiática das religiões podem ser encontradas no aumento e diversificação da população brasileira e, sobretudo, no novo quadro plural de religiosidade no país, com a conseqüente quebra da hegemonia do catolicismo. Entre 1960 e 2000, a população brasileira aumentou praticamente em 100 milhões de pessoas, adquirindo também maior diversidade e movimentação. Trata-se de uma população “em movimento” (COSTA, 2001). Atingir e influenciar tamanho contingente populacional é fundamental para qualquer instituição que pretenda entrar ou permanecer na esfera pública, coisa impossível de ser feita através dos veículos tradicionais como a catequese familiar ou relações presenciais.¹⁸

A pluralidade religiosa gerou uma disputa cada vez mais acirrada pela adesão de fiéis, exigindo das igrejas que desenvolvam estratégias de convencimento mais eficientes e ostensivas. O produto simbólico das instituições religiosas precisa aparecer para ser

¹⁸ Hoje todas as denominações evangélicas radicadas no Brasil tem algum tipo de inserção eletrônica (cf. RAMOS, Luiz Carlos. *A pregação na Idade Mídia: os desafios da sociedade do espetáculo para a prática homilética contemporânea*. São Bernardo do Campo, 2005, 280 p. Tese. Doutorado em Ciências da Religião – Universidade Metodista de São Paulo, p. 87).

conhecido. Mais do que isso, elas precisam provar que sua mensagem é a melhor. E o meio de maior alcance para isso no mundo atual é a mídia (MARTINO, 2003).

Martino (op. cit.) explora duas formas de inserção das instituições religiosas na mídia: a) através da presença na mídia generalista; b) por meio da mídia institucional, ou seja, dos veículos de comunicação de que as instituições religiosas são proprietárias. Embora o enfoque desse autor seja sobre os noticiários, suas reflexões são bastante esclarecedoras.

Em relação à primeira forma de inserção, Martino indica que as instituições religiosas se esforçam por fazer a grande imprensa se interessar por um assunto que lhes diz respeito, mas que isso varia muito em função do veículo, com a religião integrando a temática pública apenas esporadicamente: “O conjunto de notícias próprios da religião é relativamente pequeno se comparado a outros campos secundários em relação à estrutura política nacional” (MARTINO, op. cit., p. 117).

Para Martino, a religião ganha o primeiro plano dos noticiários apenas quando se adapta aos critérios da mídia, pois as instituições religiosas em suas características próprias são pouco atraentes como tema de pauta. Existem, entretanto, circunstâncias particulares nas quais a cobertura da religião alcança o mesmo destaque do noticiário secular. A imprensa secular interessa-se pela religião sobretudo quando há ruptura explícita do cotidiano, ocorrência de fenômenos supostamente sobrenaturais, contradição flagrante entre a ideologia pregada e a prática dos ministros religiosos ou, ainda, quando fatos ou personagens do campo religioso alcançam posições de destaque em outros espaços sociais.

Assim como para os noticiários, entrar noutros campos da mídia secular depende do modo como a religião se encaixa nas demandas dos veículos de comunicação de massa e de sua busca por audiência. Na mídia secular, a seleção dos fatos é feita conforme estes tenham a capacidade de emocionar, divertir ou gerar curiosidade nas pessoas (PATRIOTA, 2008).

Hoje em dia ninguém estranha mais a presença de personagens religiosos nos programas de auditório dos grandes canais nacionais nem se cantores católicos ou evangélicos assumirem os primeiros lugares na vendagem de CDs e fizerem subir os índices de audiências da TV Globo, da Record ou do SBT.

Que circunstâncias teriam levado ao ingresso ostensivo da religião na mídia secular nos últimos anos? Como a religião conseguiu se inserir na mídia secular se o seu conteúdo, em princípio, não está amoldado às demandas de audiência?

Entre as possíveis respostas a essa pergunta, destacamos o fenômeno conhecido como *a espetacularização da religião*, ou seja, o processo pelo qual os conteúdos religiosos foram revestidos com certo tom espetacular mediante o qual se tornam interessantes para a mídia

secular. De fato, as práticas religiosas têm se demonstrado cada vez mais espetaculares, na medida em que são reformuladas em conformidade com as regras do entretenimento moderno.

Na verdade, pelo seu próprio caráter, a religião possui uma dimensão espetacular, que se exprime especialmente através dos rituais, do apelo emocional, das demonstrações de poder miraculoso, da utilização de recursos sonoros e da opulência das vestimentas litúrgicas. O catolicismo, por exemplo, alcançou larga presença social devido à beleza de seus ritos sacramentais que, na sociedade rural, eram atrativos bastante significativos. Assim, mesmo que não entendessem o que estava acontecendo (em sentido teológico), os assistentes do culto maravilhavam-se com o cenário e com a *performance* ali apresentados.

Não obstante, isso não retirava da religião o seu conteúdo substancial, enquanto que na “sociedade do espetáculo”,¹⁹ pelo contrário, a religião tende a perder seu conteúdo em detrimento da dimensão espetacular. Na mídia, o espetáculo é o fim e não o meio. Portanto, não foram os conteúdos religiosos que fizeram com que a religião ganhasse espaço na mídia generalista, mas a nova *forma* assumida pelas práticas tradicionais. Conforme sustenta Patriota (2008, p. 80), “as pessoas buscam hoje na religião a experiência religiosa, o transe, o êxtase, o espetáculo e não a doutrina”.

Obviamente, ao privilegiar a forma em detrimento do conteúdo, a religião enfraquece, embora alcance mais visibilidade na esfera pública. Ou seja, expande-se no tempo e no espaço e perde em substância. Sua mensagem encontra-se mais facilmente vulnerável à superficialidade. Isso significa que, apesar de todo esforço, as instituições religiosas não conseguem deter o processo de secularização da sociedade brasileira, uma vez que, embora evidenciadas publicamente, elas permanecem respondendo a demandas privadas.

Tomemos o exemplo do discurso religioso midiático, pautado na pregação e nos depoimentos. Em *A pregação na Idade Mídia* (2005), Ramos defende a tese de que o fenômeno comunicacional moderno está provocando a espetacularização do discurso homilético. Para ele, enquanto a homilética convencional está centrada no significado, a pregação religiosa midiática se concentra no significante. Dessa maneira, “a prédica, como elemento racional que tem a responsabilidade de articular a inteligência da fé (fazer teológico) dá lugar a um tipo de pregação psicossomática que procura provocar efeitos físicos: lágrimas, risos, arrepios, êxtases, etc” (RAMOS, op. cit., p. 78).

Os depoimentos ocupam espaço privilegiado no contexto dessa nova religiosidade, sendo também espetacularizados. Martino (2003) assinala que eles obedecem a três

¹⁹ Tomamos a expressão “sociedade do espetáculo” no sentido em que Guy Debord interpreta (cf. DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997).

artísticas profanas. O Padre Marcelo impactou a própria identidade do clero católico: “Enquanto Leonardo Boff foi a referência de sacerdote das décadas de 1970 e 80, devido ao aprimoramento intelectual e, sobretudo, ao engajamento político, Marcelo Rossi é o novo exemplo” (SOUZA, 2005, p. 93).

Mesmo resistindo ser identificado como artista, a figura do padre cantor não escapa do regime de espetacularização. Seu princípio básico de “estar na mídia sem ser da mídia” é difícil de se concretizar. Marcelo Rossi efetivamente passou do *status* de “um padre que canta” para o de um artista popular. Sua condição de vedete é inegável, pois a mídia modela o estereótipo (SOUZA, 2005). Muito embora toda estrela nasça, atinja o auge e morra, a tendência é que ressuscite numa outra, renovando o ciclo das *stars system* (CARRANZA, 2005). É ao que talvez já estejamos assistindo, com a ascensão de outros sacerdotes católicos no campo midiático, a exemplo de Fábio de Melo e Reginaldo Manzotti. Segundo Carranza (op. cit.), o Padre Marcelo Rossi teria educado a sensibilidade das pessoas para as celebridades religiosas, desbravando as trilhas das futuras vedetes, sendo este o seu maior legado em termos midiáticos.

“Estar na mídia sem ser da mídia” é um jargão utilizado para indicar a pretensa postura das instituições católicas quando lidam com os meios de comunicação. A intenção expressa é envolver-se com o mundo das mídias, sem perder de vista os objetivos estritamente religiosos, mantendo a ética na concorrência e sem aderir à lógica do mercado de produtos e celebridades. Isso é possível? Tudo indica que não, pois quando a religião se serve dos canais de comunicação, sua mensagem, ao menos relativamente, deve se amoldar às exigências mercadológicas próprias do meio, ainda que o escopo da mídia religiosa seja “ganhar almas para Deus e salvá-las” (RAMOS, 2005; CARRANZA, 2005).

O mercado exige novidades. É então que a religião midiática obriga-se a espetacularizar seu conteúdo, correndo o risco de esvaziá-lo. Recursos comuns aos espetáculos são usados para tornar a mensagem religiosa mais atrativa (PATRIOTA, 2008). “Por conseguinte, a religião espetacular não teria como finalidade, por exemplo, religar o divino com o humano, (...) mas encenar, representar essa ligação. Não é necessária a experiência de Deus, basta a simulação dessa experiência” (RAMOS, 2005, p. 237).

Schmidt (2008, p. 34) chega a afirmar que “Deus se tornou simulação, figuração de alguns atores, peça de uma engrenagem midiática, sombra platônica desenhada de acordo com quem a inventa. Por esse viés, tudo poderá ser simulado na religião: o sucesso financeiro, a transformação e conversão interior, a cura externa, a quantidade de fiéis”.

No catolicismo, a questão adquire particular dificuldade quando se trata da veiculação das práticas litúrgicas tradicionais que, na mídia, tomam formas espetaculares. Para Camurça (2009, p. 65) “é na fórmula dos grandes show-missas que a combinação entre mídia e religião adquire sua plenitude”. Eles suscitam reações dos setores hierárquicos tanto tradicionais quanto progressistas. Na verdade, tais eventos significam uma estratégia dos padres midiáticos de se comunicar melhor com o público. Do modo como era feita, a liturgia católica não conseguia mais comunicar uma mensagem às pessoas. Para muitos, portanto, essa espetacularização seria um mal necessário.

Podemos afirmar que essa autonomia (estar na mídia sem ser da mídia) só pode ser alcançada em alguns casos, de forma relativa e a muito custo. Mais especificamente, isso se torna possível mediante a mídia institucional, uma vez que os grandes canais de televisão obedecem a uma lógica própria, inserindo nessa lógica também os conteúdos religiosos. Além disso, as instituições religiosas não têm o controle da mídia secular, interferindo menos na formatação de sua programação.

A opção pela mídia institucional deixa as religiões menos condicionadas à lógica própria das mídias. Muito provavelmente, essa tenha sido a razão pela qual o movimento carismático católico encampou a procura pela aquisição de canais de rádio e TV que se transformassem em veículos confessionais. Através da liderança dos padres Jonas Abib (Canção Nova) e Eduardo Dougherty (Associação do Senhor Jesus), os carismáticos buscaram adquirir canais de televisão e emissoras de rádios com as quais pudessem concorrer com o neopentecostalismo. Assim nasceram as TVs Canção Nova e Século XXI e, antes, também com o maciço apoio do carismatismo, a Rede Vida de Televisão.²⁹ A aquisição desses canais foi possível mediante a mobilização de parlamentares católicos (SOUZA, 2008).

Entretanto, a autonomia dos veículos midiáticos confessionais em relação à lógica própria do campo das mídias é apenas relativa. Mesmo no caso da mídia institucional, a possibilidade de que determinado conteúdo seja veiculado depende em grande medida das demandas de mercado. Os detentores dessas mídias não decidem de forma isenta e livre de pressões a respeito das pautas de programação. Pelo contrário, os conteúdos e a forma de

²⁹ A Rede Vida surgiu do empenho do empresário João Monteiro Filho e de sua família, com o apoio direto ou indireto de mais de 250 bispos brasileiros, entre eles o então presidente da CNBB, Dom Luciano Mendes de Almeida. O senhor Monteiro fundou o Instituto Brasileiro da Comunicação Cristã (INBRAC), adquirindo a concessão do canal durante o governo de José Sarney e iniciando as atividades televisivas em 20 de junho de 1995. Em apenas dois anos, a Rede Vida conseguiu montar, com o apoio de grupos e comunidades da RCC, mais de quinhentas repetidoras (cf. CARRANZA, Brenda Maribel. *Renovação Carismática Católica: origens, mudanças e tendências*. Aparecida: Santuário, 2000). A presença carismática na Rede Vida foi diminuindo gradativamente com o passar dos anos.

veiculação são largamente condicionados pelos anseios do público. Assim, embora tenham a posse do veículo de comunicação, as instituições religiosas não se isentam completamente de abrir mão de suas convicções em favor das respostas que precisam dar a um campo religioso marcado pela lógica de mercado e pela ânsia por vedetes religiosas.

A empreitada midiática da RCC, tanto na mídia secular como na mídia institucional, deu origem ao que Carranza (2005, 2009) qualifica de “catolicismo midiático”. Para essa autora, o catolicismo midiático seria a versão religiosa da sociedade de consumo. Um tipo de religiosidade sintonizada com a sensibilidade social de rejuvenescimento, expressando modernidade e gosto pelo espetáculo. A marca das ações pastorais do catolicismo midiático, ainda segundo Carranza é criar uma proposta identitária que mobilize o arsenal simbólico tradicional da Igreja por meios performáticos modernizadores.

O catolicismo midiático tem na TV Canção Nova uma de suas mais evidentes expressões. Conquanto não dependa de patrocinadores ou de propagandas comerciais para manter-se no ar, esse canal católico, a exemplo de outras mídias institucionais, também adere relativamente ao regime de espetacularização. Na seção seguinte, discutiremos essa questão, entre outras que envolvem a constituição do veículo que possibilitou à Comunidade Canção Nova disseminar sua mensagem e agregar adeptos.

6. A TV Canção Nova

A Igreja Católica no Brasil dispõe de quatro canais de televisão via satélite. Eles não pertencem a nenhuma diocese enquanto pessoa jurídica, mas às seguintes instituições: Congregação do Santíssimo Redentor (Redentoristas - TV Aparecida), Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC – Rede Vida), Associação do Senhor Jesus (ASJ – TV Século XXI) e Fundação João Paulo II (Comunidade Canção Nova – TV Canção Nova). Aqui, cumpre-nos apresentar de modo panorâmico a TV Canção Nova, enfatizando sua história, sua programação e o modo como se insere no contexto de midiatização e espetacularização da religião.

O trabalho com os meios de comunicação não está entre as motivações primárias para o nascimento da Comunidade Canção Nova. Nos dois primeiros anos de sua fundação, o grupo inicial dedicou-se a outras atividades de evangelização, partilhando certa indefinição quanto às razões pelas quais haviam se reunido numa mesma residência. O Padre Jonas Abib manifestou essa imprecisão inicial na entrevista que nos concedeu:

Nós nos perguntávamos durante dois anos inteiros pra quê mais Deus queria que nós vivêssemos em comunidade. Nós fazíamos todos os trabalhos de renovação [carismática], dando prioridade ao trabalho com os jovens (...). Daí começaram a vir às nossas mãos presentes de onde nós não imaginávamos: aparelhos de comunicação. (...) Nós inclusive começamos um programa de rádio. Com isso tudo, Deus foi mostrando que Ele nos impulsionava para os meios de comunicação (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

A opção pelo trabalho com os meios de comunicação é interpretada pelo Padre Jonas a partir da mesma perspectiva intuíto-profética com a qual justifica o nascimento da própria Comunidade Canção Nova. Evangelizar através dos meios de comunicação teria sido o resultado da orientação de Deus. Obviamente, não compete à ciência social posicionar-se sobre a veracidade do fato. A ação social deve ser vista aqui como alhures, considerando o modo como a interpreta os seus sujeitos. Podemos afirmar, contudo, que em nossa investigação não encontramos nada que indicasse a existência de um plano prévio de inserção nos meios de comunicação.

O primeiro empreendimento mais arrojado da Comunidade Canção Nova nessa área foi a compra da Rádio Bandeirantes de Cachoeira Paulista, em abril de 1980. A opção por não veicular propagandas comerciais vem desde os primeiros anos do trabalho com rádio, donde nasceu o “Clube do Ouvinte”, hoje “Clube da Evangelização”, nomenclatura genérica utilizada para indicar os sócios mantenedores financeiros de todo o Sistema Canção Nova de Comunicação.

“A TV veio na mesma corrente [do rádio]”, afirma o Padre Jonas (Entrevista, 2 de maio de 2008). Ela começou a funcionar como retransmissora da TVE (Rede Educativa do Brasil), após receber a concessão para operar no Vale do Paraíba. Posteriormente, a TV Canção Nova iniciar-se-ia como produtora, colocando seus programas na Rede Mulher e na Rede Vida, até comprarem sua própria geradora, em 1997, por 4,5 milhões de reais (SOUZA, 2008). Dessa maneira, a Canção Nova ampliou suas possibilidades de interação com o público católico, constituindo-se a TV católica de maior repercussão no país. Ela atinge todo o território nacional através de antenas parabólicas, duzentas operadoras de TV a cabo e quinhentas retransmissoras. O sinal da TVCN chega também a outros países da América, Europa, norte da África, Oriente Médio, oeste da Ásia e Oceania, através do sistema de satélites e TVs a cabo (SILVA, 2009).

A expansão midiática da Canção Nova referendou a sua condição de primaz entre as comunidades de vida no Espírito brasileiras. Além disso, fez com que ela se transformasse em

sinônimo de renovação carismática e de comunidade de vida. É possível asseverar também que a TV Canção Nova ajudou a popularizar o catolicismo carismático, na medida em que colocou em contato com este, pessoas que não dispunham em sua proximidade de grupos de oração territoriais.

Em grande medida, a TV Canção Nova alterou o perfil do movimento carismático. A dinâmica própria dos programas televisivos, caracterizados pela relação espectador/apresentadores, foi adotada nas orações realizadas nos eventos da comunidade que são transmitidos ao vivo. O modo como conduzem a oração assemelha-se a um programa de auditório, onde os apresentadores são protagonistas e os participantes assumem a postura de espectadores. Essa dinâmica também foi adotada por muitos grupos de oração presenciais.

Historicamente, os grupos de oração da RCC se diferenciam das outras expressões de culto católico pelo fato de “democratizar” a participação. Embora motivados por um dirigente, a dinâmica carismática presencial sempre se deixou marcar pela participação de todos os presentes. Estes podem fazer uma oração espontânea, iniciar um cântico, proferir uma suposta revelação ou anunciar um trecho bíblico. Essa dinâmica foi neutralizada pelo formato televisivo. A TV Canção Nova fez com que grande parte dos grupos carismáticos adotasse um novo paradigma de participação, agora, marcado pela passividade dos membros que quase que “assistem” à oração, enquanto esperam que o dirigente ou o cantor intermedeie sua relação com Deus. De certa maneira, os grupos carismáticos que adotam esse modelo, aproximam-se mais da dimensão do espetáculo.

De outro lado, os próprios líderes dessas reuniões de oração se inspiram no modelo midiático, procurando valorizar seus talentos e dons pessoais, sem preocupar-se com a participação da assembleia como sujeito do processo de oração. Durante nossa pesquisa, acompanhamos vários grupos com esse perfil. Há tentativas do movimento institucionalizado da RCC de manter a identidade original. Mas a mídia é mais forte. Os grupos só conseguem manter essa identidade se reunirem outros elementos que os coloquem em condição relativamente emancipada da influência da Canção Nova, tais como, a força de suas lideranças e a consistência organizacional.

Outra consequência da expansão midiática cançonovista foi o aumento das tensões entre a Comunidade e o movimento carismático institucionalizado. A TV ampliou a autonomia da Canção Nova, agravando o processo de ruptura já iniciado com a própria

constituição da comunidade.³⁰ Embora se afirme como uma comunidade carismática, indicando nos estatutos que seus membros “participam ativamente da Renovação Carismática Católica”,³¹ a Canção Nova possui uma estrutura independente, provocando insatisfações em diversas lideranças da RCC em nível nacional ou local. Silva (2009, p. 15) reconhece explicitamente que “a Canção Nova possui uma espiritualidade marcadamente carismática, sem se identificar, no entanto, com a estrutura organizativa da RCC, uma vez que possui sede, estatuto e carisma próprios, e, além disso, uma coordenação independente da estrutura de governo da RCC no Brasil”.

As insatisfações entre instâncias de governo da RCC e da Canção Nova ocorrem, principalmente devido à dificuldade de os líderes do movimento carismático, especialmente em nível diocesano, reconhecerem a característica própria da comunidade como uma associação de fiéis que, pela sua natureza, não se encaixa na estrutura do movimento. De certa maneira, a gradativa autonomia alcançada pela Canção Nova enfraqueceu o movimento carismático institucionalizado, que não exerce mais ingerência sobre ela.

De outro lado, também aumentaram as tensões entre a Canção Nova e as dioceses e paróquias, mas as razões são mais variadas. As estruturas eclesiais tradicionais não sentem a autonomia da Canção Nova como uma perda, pois nunca a tiveram inserida nelas. Nesses casos, os problemas têm a ver com: a) a autonomia *financeira* da Comunidade; b) a ampla campanha de arrecadação que esta realiza, normalmente sentida como uma concorrente do dízimo paroquial; c) o modelo litúrgico impresso pela Canção Nova; d) a interpretação comum de que a programação televisiva condiciona as pessoas à participação midiática, diminuindo a participação presencial. As dioceses e paróquias sentem o trabalho da Canção Nova, predominantemente, como uma *intromissão* pastoral.

Brenda Carranza (2005) afirma que a consolidação do catolicismo midiático não tem como acontecer sem que haja conflitos no interior da Igreja. No caso da Canção Nova, esses conflitos ocorrem pelas razões anteriormente indicadas, especialmente pelas campanhas de

30 Luzia Santiago chega a afirmar que no início “houve muito ciúme de alguns líderes, pois muitos queriam que o Monsenhor Jonas lhes desse assessoria e fosse, simplesmente, um padre da Renovação Carismática Católica” (Entrevista ao Portal Canção Nova, p. 3).

31 Embora tenhamos tido oportunidade de ter acesso aos estatutos da Canção Nova, assim como a outros textos de uso restrito dos membros, por uma questão de ética optamos por não fazê-lo. Ao nos referir ao seu conteúdo, lançamos mão dos trechos citados na tese de doutoramento de SILVA (2009). Silva é membro da Canção Nova e concluiu doutorado em teologia moral pela Pontifícia Universidade Lateranense (Roma-Itália). Os trechos citados em sua tese tornam-se, em decorrência do próprio fato, de uso comum da academia, eximindo-nos de qualquer dilema ético ao citá-los.

arrecadação financeira por ela promovidas, que, segundo a visão dos párocos, provoca a diminuição da contribuição dos dizimistas em suas comunidades (SILVA, 2009).

Quanto ao debate sobre a possibilidade de “estar na mídia sem ser da mídia” e sobre o regime de espetacularização da religião, como situaríamos a Canção Nova? Consegue ela realmente emancipar-se da lógica de mercado? Manter ileso o conteúdo religioso de suas mensagens e a coerência ética em suas ações midiáticas? Conforme já defendemos aqui, a capacidade da mídia institucional de manter esse princípio é apenas relativa. Isso não é diferente em relação à Canção Nova, embora esta apresente o diferencial de não depender de propagandas comerciais.

Assim como os outros canais de televisão, religiosos ou não, a TV Canção Nova necessita de audiência. O fato de não veicular propagandas comerciais, sem dúvida alguma deixa a comunidade emancipada das pressões dos patrocinadores, muito comum nos meios de comunicação em geral. Contudo, isso não a isenta da obrigação de oferecer uma programação capaz de alcançar audiência, respondendo, em grande medida, à pressão da cultura da espetacularização enquanto tendência na sociedade atual.

Para a Canção Nova, como para qualquer outra TV religiosa ou não, gerar audiência e consumo torna-se uma necessidade.³² A TV depende do respaldo do público para se manter, e isso faz com que, em grande medida, a programação seja determinada pelo público telespectador, este condicionado a buscar na religião a satisfação de necessidades espirituais. O conteúdo veiculado torna-se, em última instância, mercadoria, pois quando a religião se serve da mídia, não tem outra escolha a não ser adequar-se, ao menos relativamente, às exigências do meio (RAMOS, 2005).

Isso pode estar condicionando a própria pregação da Canção Nova, pelo que podemos depreender da observação que fizemos desta. Assim como noutros contextos, os pregadores da Canção Nova tendem à repetição, recorrendo constantemente a aplicações convencionais e ao emprego de estereótipos, desrespeitando em alguma medida a complexidade da existência humana. Em sua maioria, eles adotam um perfil querigmático, procurando responder às demandas de uma religiosidade de massa. Isso faz com que a pregação se torne pouco profunda e redundante, com certo nível de reducionismo teológico.

A título de exemplo, vamos comentar o que vimos na “Quinta feira de adoração” do dia 28 de maio de 2009. Trata-se de um evento regular que ocorre todas as semanas, com

³² Em 2001, a TVCN chegou a contratar o conhecido publicitário Nizam Guanaes para dirigi-la. Ele reformou a estética da programação, tornando-a mais comercializável.

adoração à Hóstia Consagrada e com pregação do evangelho. Nesse dia, o tema da pregação foi: “Maria antecipa a hora de Deus”. O cantor Flavinho (missionário da Canção Nova) iniciou sua pregação com uma oração enfatizando a ação de Deus na vida cotidiana. Depois cantou uma canção que dizia: “Deus é capaz de fazer o que prometeu que faria”. A oração foi entusiasmada e motivou as pessoas a buscar curas físicas. Ele disse: “Quem sabe você foi desenganada pelos médicos, mas não foi desenganada por Deus. Eu creio que Deus pode mudar a sentença dos médicos”.

Durante a fala propriamente dita, Flavinho tentou associar a figura da Mãe de Jesus àquilo que estava dizendo. Mas no tema mesmo, demorou a entrar diretamente. Continuou proclamando supostas revelações: “O Senhor está me revelando que há aqui muitas pessoas que estão sofrendo. O Senhor está acolhendo, fazendo carinho, fazendo cafuné em você”. Leu o texto bíblico de *Atos dos Apóstolos* (1, 12-14)³³ e começou a dar ênfase à Pessoa do Espírito Santo e à Canção Nova como espaço de manifestação deste mesmo Espírito.

Em seguida, trabalhou a ideia de que a Mãe de Jesus antecipou o derramamento do Espírito Santo, do mesmo modo como antecipou o primeiro milagre de Jesus.³⁴ Ele afirmou: “Ninguém pode garantir que aquele era o momento do derramamento do Espírito”. E ainda: “Maria antecipou a cura dos apóstolos. Quem sabe você não esteja com síndrome de pânico”. Note-se a dinâmica de relacionar um tema teológico com os temas redundantes do sofrimento humano e da possibilidade de curas. Esse foi o momento em que a pregação mais adquiriu um tom reducionista.

A exegese é vulnerável, mas de bastante aplicabilidade prática. Em certo momento, Flavinho começou a falar do medo e de suas consequências, afirmando que o medo é uma “artimanha do Inimigo”. Depois disso, atribuiu ao Diabo a deficiência das estruturas políticas nacionais, ignorando todas as razões históricas que ocasionam problemas sociais: “Eu não acredito na mudança do Brasil - disse. Suas estruturas são corrompidas há mais de quinhentos anos. Precisaria duzentos anos de bons governos para começar a mudar. E isso é impossível, humanamente falando. Mas para Deus não. Eu acredito que pela fé podemos mudar o nosso país”. No fim da pregação, ele ainda disse: “Eu digo a você: você não vai sair daqui sem obter de Deus aquilo que você veio buscar”.

33 “Deixando então a colina chamada 'monte das oliveiras', eles [os apóstolos de Cristo] voltaram para Jerusalém (...). Subiram à sala superior, onde se reuniram. (...) Todos unânimes eram assíduos à oração, com algumas mulheres, entre as quais Maria, a mãe de Jesus, e com os irmãos de Jesus”.

34 Cf. João 2, 1-12.

Nessa mesma “Quinta feira de adoração”, a pregação da tarde ficou por conta do cançonovista Ricardo Sá, sobre o tema: “Maria ao pé da cruz”. Ricardo pediu que as pessoas consultassem a Bíblia em *Atos dos Apóstolos* (14, 22), onde se lê que: “É necessário que passemos por muitas tribulações para entrar no Reino de Deus”. Enquanto ele aguardava as pessoas abrirem a Escritura, algumas mulheres presentes se agruparam, pois só havia um exemplar do livro sagrado nas proximidades delas. O missionário percebeu o gesto e passou a supervalorizá-lo. Ele se dirigiu àquelas mulheres e começou a conversar com elas (ao vivo) sobre a “grandeza” daquela atitude. Parecia querer “ganhar tempo”. Depois de alguns minutos, retomou a pregação e passou a falar da necessidade do sofrimento como meio de “entrar no Reino de Deus”. Sua visão é do sofrimento humano como algo providencial, como expressão da própria vontade de Deus. Aqui aparece um paradoxo: a pregação cançonovista sai de um polo (ação de Deus para eliminar o sofrimento, conforme defendera Flavinho) para outro polo de compreensão (é Deus que quer o sofrimento, de acordo com a pregação de Ricardo Sá). E isso num único evento.

Na Canção Nova, o ciclo de orações e pregações é interminável e não há progressividade. Externamente, ele se apresenta sempre em torno dos mesmos elementos. Não há “crescimento”, no sentido de que novos elementos são acrescentados ao conhecimento religioso do telespectador. A não ser por alguns programas de cunho catequético. Os principais são “Escola da Fé” e “Trocando ideias”, muito embora esses programas estejam frequentemente respondendo às mesmas perguntas dos telespectadores.

Poucos pregadores da Canção Nova desenvolvem na pregação um raciocínio suficiente para atrair a atenção do público mediante sua coerência interna. Necessitam de exemplos, testemunhos de milagres e de ênfases emocionais para prender a atenção. Na verdade, o público parece esperar isso. Para gerar certa comoção durante a preleção, se fazem acompanhar por um fundo musical, que serve para provocar o sentimento religioso e a afetividade das pessoas, de maneira que algumas palavras corriqueiras sejam sentidas como uma novidade ou que pelo menos adquiram nova conotação.

Performances como essas contrariam a previsão de que os sentimentos seriam submersos nas práticas racionais da sociedade secularizada. Aqui, eles se integram à retórica, porque os sentimentos não são fenômenos exclusivamente psicológicos ou fisiológicos, mas, também, fenômenos *sociais*. Eles são como que “obrigatórios”, são mais que “meras manifestações, são sinais de expressões entendidas, quer dizer, são linguagem” (MAUSS, 1979, p. 153). Com base em Marcel Mauss, podemos afirmar que a pregação cançonovista é eficaz porque se exprime como uma ação simbólica emocional “entendida” pelos ouvintes,

constituindo-se o momento da preleção uma vivência coletiva de expressão destes sentimentos.

Durante a pesquisa, observamos várias preleções de ministros ordenados e leigos da Canção Nova. A tonalidade é envolvente. Não é vazia de conteúdo, mas privilegia aqueles aspectos que melhor respondem às demandas consumistas da religiosidade contemporânea: emotividade, ênfase no poder de cura da divindade, respostas para os problemas concretos da vida, entre outros. Por outro lado, os temas propriamente evangélicos (santidade, pecado, graça) são tratados com frequência, convicção e realismo, o que os diferencia dos pregadores neopentecostais.

Em decorrência daquilo que pudemos observar, nossa posição aqui é a de que, realmente, não é possível evangelizar por meio da mídia e ficar isento dos mecanismos que lhe são próprios. Isso não significa que a Canção Nova “se corrompe” ao entrar na mídia. Mas que sua autonomia ética torna-se relativa. A própria dinâmica interna da Comunidade pode ser afetada por essa simbiose. A Canção Nova é hoje uma verdadeira empresa midiática que, assim como outras empresas da mesma natureza, potencialmente oferece aos seus membros a possibilidade de adquirir ascensão e visibilidade pública. “Se a comunidade pode reduzir leques de escolha para uns, para outros, contrariamente, amplia” (CARRANZA & MARIZ, 2009, p. 161). O trabalho midiático coloca, assim, um tempero a mais no complexo universo das aspirações humanas e da realização pessoal presentes no interior de uma comunidade.

Nesse ponto, é preciso se perguntar: onde reside a autonomia relativa que a Canção Nova detém em relação à lógica midiática? Pois se por um lado, a TV precisa responder às demandas de mercado, por outro, não abre mão de sua condição de TV católica e do rigor ético que isso implica. Que fatores permitem à TVCN isentar-se, em certa medida, de condicionar sua programação ao regime de espetacularização? Diríamos que isso se deve, predominantemente, à estratégia por ela utilizada com vistas à manutenção de uma *identidade original*.

Com efeito, a afirmação de uma identidade própria – o “jeito de ser” Canção Nova –³⁵ favorece a manutenção da audiência do público católico a partir de uma lógica de compromisso, emancipando a TVCN, ao menos relativamente, da espetacularização de sua programação como recurso indispensável para atrair telespectadores. Ao enfatizar um modo singular de ser católico e demonstrá-lo convictamente, ela consegue fazer com que uma parcela deste mesmo público *identifique-se* com ela e seja *fidelizado* e torne-se menos

35 A expressão “jeito de ser” é um jargão forjado pela própria Canção Nova, como uma maneira de caracterizá-la frente a seu público telespectador.

dependente dos atrativos espetaculares. Esse seria, a nosso ver, o momento em que a Canção Nova chega mais perto de concretizar o princípio de “estar na mídia sem ser da mídia”.

A identidade constantemente afirmada e compartilhada requisita e consegue adesão, adesão esta que extrapola o âmbito do consumo. Por esse motivo, a programação da TVCN é marcada pela constante afirmação do “jeito de ser” Canção Nova. Luzia Santiago, co-fundadora da Comunidade, declara que “há outras emissoras cristãs, mas a Canção Nova (...) faz a diferença”, acrescentando que “podemos dizer com toda sinceridade que há um *jeito de ser* Canção Nova” (Luzia Santiago, Entrevista ao Portal Canção Nova, p. 2 – grifo nosso). E o “jeito de ser” Canção Nova nada mais é do que uma expressão pública do estilo de vida inerente à Comunidade no âmbito interno.

As observações da programação da TV Canção Nova entre os dias 25 e 31 de maio de 2009 referendam essa suposição. Na ocasião, ficamos durante sete dias diante da televisão quase ininterruptamente, tentando compreender a estrutura dos programas por ela veiculados e a mensagem a estes subjacente. As constatações que se seguem esclarecem parcialmente o teor dessa mensagem e ajudam a especificar os modos através dos quais a Canção Nova procura afirmar sua identidade.

As primeiras horas do dia (entre seis e oito da manhã) são preenchidas com programas cujo perfil evoca elementos do catolicismo tradicional (terço, liturgia das horas, missa). Contudo, o restante da manhã é marcado pelo programa “Sorrindo pra vida”, um dos programas-chave na manutenção da relação da Canção Nova com seu público telespectador. O programa, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das oito às nove e quinze, conta sempre com apresentadores de destaque entre os cançonovistas, tais como: Luzia Santiago, Eto, Márcio Mendes, Eliana Ribeiro e Dunga.

“Sorrindo pra vida” é um programa ao vivo, o que elimina a possibilidade de cortes ou seleção de imagens. É conduzido como se fosse um grupo de oração: há música, oração e pregação, embora os apresentadores permaneçam sentados. No momento em que rezam, eles o fazem de olhos fechados, como se estivessem realmente num momento de oração privado. A mensagem é predominantemente querigmática e os textos bíblicos são escolhidos independentemente da liturgia oficial da Igreja. Durante a oração, pode acontecer proclamação de curas ou mensagens supostamente destinadas a algum (ou vários) telespectadores, a exemplo do que aconteceu no programa do dia 29 de maio de 2009, em que Eliana Ribeiro fez a seguinte oração: “[Senhor] Toca essa moça que não sabe mais o que

fazer”, como se soubesse de algo que estava acontecendo naquele momento com uma mulher telespectadora.³⁶

É importante destacar que o tom do programa é sempre de entusiasmo e convicção positiva, embora frequentemente os apresentadores estejam visivelmente cansados. Esse tom é necessário não só para favorecer a forma do programa, mas também para motivar as doações financeiras. Outrossim, a ênfase no contato emocional com Deus está sempre presente. No programa do dia 25 de maio de 2009, a pregação durou vinte e cinco minutos e foi seguida de uma oração dirigida pelo comunitário conhecido como Dunga. Antes de rezar, ele disse que ficou “todo arrepiado” e com “os olhos brilhando” enquanto Márcio Mendes falava.

A dinâmica da programação da manhã evidencia uma transição gradativa de práticas tradicionais para práticas carismáticas. Nela, o Terço e a Liturgia das Horas obedecem ao esquema tradicional de oração católica; a missa, por sua vez, reúne elementos litúrgicos oficiais com “metodologia carismática”, fazendo a “ponte” para chegar ao jeito carismático de comunicar-se: o programa “Sorrindo pra vida”, com seu perfil absolutamente espontâneo e carismático. Aqui se inicia propriamente a afirmação da identidade da Canção Nova. O processo de desvelamento parece intencional: é lento e gradativo, até que, em dado momento, demonstrado com intensidade.

Após meia hora de programação infantil e uma hora do programa “Manhã viva”, entram em seqüência outros programas que são chave para a afirmação da identidade cançonovista.³⁷ Os programas chave são caracterizados pela apresentação dos produtos e da ideologia da Canção Nova. É neles que, de modo especial, a comunidade “se mostra” e requisita a contrapartida do telespectador. Além de “Sorrindo pra vida”, destacam-se entre outros:

36 Algo semelhante ocorreu no programa *Revolução Jesus* de 25 de maio de 2009. Neste, os apresentadores entrevistam o Padre Hamilton (missionário cançonovista) a respeito da solenidade de pentecostes. No momento final, eles praticam a glossolalia sem timidez e anunciam curas que supostamente estão acontecendo com pessoas “em casa”. O Padre Hamilton diz: “Uma moça que está chegando agora em casa e ligou a televisão...”. A apresentadora diz: “Você que está nesse quarto, nessa cama...”. Esse tipo de oração pode ocorrer em qualquer programa da TVCN.

37 A programação infantil não foge à regra de afirmação da identidade: histórias bíblicas e recomendações morais se misturam com os valores próprios da Comunidade, em linguagem adaptada ao público infantil. Entre os vários personagens, destaca-se o Janjão, um anjo divertido que satiriza os episódios da Bíblia de maneira criativa e atraente. O anjo procura passar uma imagem alegre e moderna, em acordo com a tendência de dissociar vida religiosa de carece. Essa é a mesma ideia subjacente na programação destinada à juventude, sendo que nesta observei maior presença de elementos simbólicos relacionados à Canção Nova: imagens de Dom Bosco e do Padre Jonas, slogans e logotipos dos programas.

a) *Juntos somos mais*

Exibido entre 10:45 e 11 horas. Trata-se de um programa gravado e apresentado por Maria Renata, em que são mostrados os trabalhos da Canção Nova, com o objetivo explícito de requisitar a parceria financeira das pessoas. O programa *Juntos somos mais* retorna às 14 horas (até às 15 horas), dessa vez ao vivo. Tem o mesmo perfil e apresentadora da manhã, sendo mais espontâneo ainda, com lances de improviso.

b) *O amor vencerá*

Esse programa ao vivo, entre onze e meio dia, é ancorado por Luzia Santiago. Trata-se de um programa de oração que visa, sobretudo, atender as necessidades dos telespectadores em situações-limite da vida. Luzia Santiago depõe: “No programa [O amor vencerá] eu me torno aquele cano por onde a água passa. As emoções não são minhas. A situação dos desempregados me sensibiliza, as questões sociais do nosso país em especial me comovem, me levam a orar por esse povo” (Luzia Santiago, Entrevista à Revista Canção Nova, n. 48, p. 25). *O amor vencerá* é um dos programas em que as pessoas mais interagem com o apresentador. Elas se comunicam por meio de SMS (49400); as mensagens aparecem na tela, numa tarja na parte de baixo do vídeo. A maioria delas são pedidos de oração. A título de exemplo, passamos a descrever o que aconteceu no programa do dia 26 de maio de 2009.

Luzia Santiago enfocou a questão da batalha espiritual. Ela disse que “coisas ruins que acontecem em nossa vida” são *em parte* influência do Demônio e, por isso, é preciso que as pessoas lutem contra essas coisas *também* com “armas espirituais”. No cenário, havia uma vasilha grande (em forma de barco) cheia de papéis com pedidos de oração. Luzia justificou o formato fazendo analogia com o episódio bíblico da tempestade acalmada:³⁸ “Jesus é o Senhor das nossas tempestades; e nós trazemos você nesta barca”, afirma ela.

A barra de rolagem não cessava de expor os pedidos de oração e as mensagens que chegavam por SMS. Pessoas presentes no estúdio começaram a chorar. Luzia proclamou: “O Senhor me mostra uma pessoa que está com uma enfermidade grave, com câncer”. A câmera oscilava entre imagens dos apresentadores, do público presente e da simbologia do cenário, especialmente da imagem de Jesus Crucificado.

38 Mateus 8, 23-27.

Em certo momento, Luzia começou a falar sobre o perdão. O assunto é incluído arbitrariamente, sem relação com o que se falou até ali. Mas isso não tem importância, pois a espontaneidade marca o programa. No ar, ela pediu perdão às pessoas. Em tom emotivo, disse estar perdendo os perseguidores da Canção Nova. Note-se que a Canção Nova entra em foco qualquer que seja o assunto tratado.

Depois de tudo, Luzia retornou à proclamação de curas. Algumas delas são recheadas de detalhes. Como esta: “Você está sentada numa mesa redonda, com quatro cadeiras, com a TV ligada. Para você saber que é você”. Ou esta: “O Senhor me mostra uma mulher lavando uma vasilha de leite”. Ora-se em línguas sem temor.

c) Porta a Porta

Esse é um programa gravado, apresentado pela ex-atriz global Mirian Rios, entre 12:00 e 12:30h. O foco é nos produtos da Canção Nova.³⁹ Mirian Rios entrevista autores de livros ou cantores cançonovistas. Além disso, ela recolhe depoimentos dos vendedores “porta a porta”. Os produtos são apresentados sempre como instrumentos de evangelização, ressaltando os benefícios que supostamente estes têm feito na vida das pessoas.⁴⁰

A programação da tarde é mais diversificada e sofre variações. Mas os programas cujo perfil obedece àquele de que estamos falando não desaparecem. É o caso do “Terço da Misericórdia” (terça, quarta e sexta, às quinze horas) e do “Especial Projeto Dai-me almas”. Este último é um programa destinado especificamente para divulgar a campanha mensal de arrecadação. No fim do mês, as ações para “fechar a campanha” se intensificam, a exemplo do dia 27 de maio de 2009, em que o programa “Especial Dai-me almas” foi ao ar (ao vivo) em três horários distintos.

Durante esses programas, uma legenda fixa na parte de baixo do vídeo indicava: “A Canção Nova é uma obra de Deus, mantida por você sócio”. Junto à frase, a porcentagem de arrecadação em dinheiro que ainda precisava ser alcançada até o fim do mês (30%). A apresentadora motiva os telespectadores a ajudá-los a alcançar a meta, fazendo “algo a mais”

³⁹ “Porta a porta” é o sistema gestado pela Canção Nova para difundir seus produtos mediante vendedores ambulantes.

⁴⁰ Outro programa semelhante a esse é o “Vitrine Canção Nova”. Curioso que o nome do programa invoque exatamente uma estratégia comum de mercado para exposição de produtos.

para juntar recursos e enviar para a Canção Nova. Motiva também o público a enviar seus depoimentos, como forma de demonstrar que o investimento na missão da comunidade está tendo resultados.

Num destes programas havia um casal presente que relatou sua luta contra o câncer e o modo como a Canção Nova o ajudou. Foi inserido outro depoimento, dessa vez gravado, em que uma mulher ex-alcoólatra afirmava: “Nós éramos do mundo e se não fosse pela Canção Nova, eu tenho certeza que nós continuaríamos perdidos. Eu não sei o que seria da minha vida sem a Canção Nova”. Ela concluiu pedindo ajuda financeira.

O fim da tarde se deixa caracterizar pela programação infantil e jovem. O horário nobre é ocupado de segunda a sexta pelo “Canção Nova Notícias” (19:30h) e, a partir das 20 horas, por uma programação bastante diversificada. Nos fins de semana, em geral a TV Canção Nova transmite os “acampamentos de oração” que se realizam em Cachoeira Paulista. Entre os programas que se situam no horário nobre da TV e que reforçam a identidade da Comunidade, estão: a) Projeto Dai-me almas (segunda feira, 20 horas); b) Porta a Porta (terça e sexta feira, 20 horas); c) PHN (terça feira, 22 horas); d) Santa Missa do Clube da Evangelização (quarta feira, 20 horas).

Portanto, de maneira geral, a programação privilegia a identidade própria da Canção Nova, mediante exposição prioritária de seus pregadores, cantores e autores, assim como, em certa medida, de sua vida interna. A opção parece consciente: embora não esteja fechada a propagar outras experiências eclesiais, a TV procura afirmar a comunidade diante do público católico. Reiteramos que esta é a principal estratégia de fidelização tanto de clientes como de sócios para a Canção Nova, constituindo-se também num elemento que ajuda a TVCN a emancipar-se relativamente da lógica do mercado religioso midiático.

Esse aparato subjacente conduz o telespectador a não perder de vista o ideal comunitário da Canção Nova (o seu “jeito de ser”). O objetivo é alcançado também mediante a propagação de *slogans*, entre os quais o mais comum é: “Ser Canção Nova é bom demais”. O telespectador da Canção Nova não tem chance de pensar em outra coisa. Envolvendo-os nessa dinâmica, a TV consegue imprimir uma identidade em muitos telespectadores (que é a própria identidade da comunidade), num processo semelhante àquele em que as TVs seculares constroem ou impõem valores.

Na verdade, “ser Canção Nova” é um jeito específico de ser católico. A clareza quanto a essa identidade, contribui para que a TV Canção Nova lidere o “mercado interno” do catolicismo, adquirindo mais audiência e fidelização do que os outros canais católicos. Isso a torna relativamente emancipada da espetacularização de sua mensagem, uma vez que os

telespectadores se identificam com esse “jeito de ser”, dedicando audiência à TV independentemente de sua capacidade de prender a atenção do público mediante estratégias de entretenimento.

A partir da observação da programação, não temos dúvidas em afirmar que a TV Canção Nova tem uma identidade muito bem definida e que esta é a identidade mesma da comunidade. Esta identidade é constantemente afirmada e reafirmada na programação, constituindo-se como conteúdo subjacente, só desaparecendo quando são veiculados programas de outras instituições, momento em que há uma “quebra” da identidade da TV. A afirmação da identidade é a principal estratégia até aqui utilizada para fidelizar clientes e angariar os sócios com os quais a Canção Nova estabelece aquilo que denominamos “relações comunitárias midiáticas”.

Do ponto de vista qualitativo, o estabelecimento dessas relações é o ponto ápice de uma investida midiática religiosa. São elas que fazem da Canção Nova uma “comunidade midiática”, tipo comunitário em acordo com a sociedade informacional.

CAPÍTULO III
COMUNIDADE MIDIÁTICA

1. O *ethos* interno da Comunidade Canção Nova

Para compreender o modo como a Canção Nova se constitui uma “comunidade midiática” é necessário, antes, oferecer uma visão de sua constituição interna, ou seja, caracterizar a experiência vivida pelos comunitários consagrados, especialmente quanto aos valores que são compartilhados em âmbito presencial e que fazem da Canção Nova uma “comunidade”.

Cumpre-nos, portanto, em primeiro lugar, apresentar aquilo que qualificamos como o *ethos* interno da Comunidade Canção Nova. Por “*ethos* interno” entendemos a consciência atuante e objetivada do grupo social, onde se manifesta a instância de regulação das identidades individuais (SODRÉ, 2009). Ou seja, a ideologia institucional, o estilo de vida e os padrões de comportamento adotados no interior da comunidade. Esse *ethos* existe enquanto expectativa ideal de comportamento e se concretiza em maior ou menor medida, dependendo do contexto e das condições criadas pela estrutura comunitária e pelos indivíduos.

A caracterização desse perfil interior nos permitirá confrontar a ideologia interna da Comunidade Canção Nova com o conteúdo da mensagem que ela veicula pela televisão. Para isso, tomamos por base em primeiro lugar a nossa “observação participante” durante os anos de 2008 e 2009. Nossas visitas frequentes à sede em Cachoeira Paulista - SP permitiram conhecer de perto o ambiente de trabalho e os espaços de convivência dos comunitários. Em razão de nossa pertença a outra comunidade de vida no Espírito, o acesso às residências, reuniões e ambientes internos foram facilitados.¹ Durante a pesquisa, privilegamos a objetividade científica, porém, na redação, tomamos precauções para não expor nada que pudesse constranger os comunitários ou que não se relacionasse diretamente com os objetivos propostos nesta tese.

Na elaboração das análises desta seção, utilizamos também a literatura cançonovista e as constatações de outros pesquisadores, especialmente a tese doutoral de Wagner Ferreira da Silva (2009), sobre a contribuição dos atuais movimentos eclesiais na formação da consciência moral dos indivíduos. A referida tese, de cunho teológico, foi defendida na *Pontificia Universitas Lateranensis* (Roma - Italia) e serve-nos como referência privilegiada porque o seu autor, além de ser sacerdote e formador geral da Canção Nova,² utilizou a

1 Os espaços de convivência da comunidade de vida são distintos dos ambientes de trabalho: nestes, convivem comunitários e funcionários.

2 O formador geral é a pessoa responsável por todo o processo de formação dos membros, desde as etapas que postulam a entrada na comunidade até a formação continuada. Isso implica no trato direto com os elementos teóricos e pedagógicos utilizados para imprimir o perfil dos comunitários.

comunidade à qual pertence como objeto empírico de análise, dispondo de amplo acesso aos documentos internos e aos instrumentos utilizados pela comunidade para a formação dos membros.

Os comunitários da Canção Nova percorrem diversas etapas formativas até celebrarem “compromissos para sempre”, ou seja, até se tornarem membros efetivos em caráter definitivo. A formação considera cinco dimensões (comunitária, espiritual, humana, doutrinal-catequética e carismática), sendo que durante uma das etapas iniciais – chamada “discipulado” - acrescenta-se a dimensão “profissional”. Desde cedo, aqueles que postulam a consagração na comunidade conhecem os seus diversos setores (jurídico, financeiro, comercial, recursos humanos, etc) e são familiarizados com o trabalho midiático (editora, TV, rádio, internet, entre outros). Dessa maneira, “além do conhecimento teórico, o formando [também] tem aulas laboratoriais, de modo a perceber em que área poderá melhor contribuir para a realização da missão da agregação eclesial” (SILVA, 2009, p. 249).

Pleiteia-se que o resultado final do processo seja a formação de “homens novos para um mundo novo”. Com essa formulação, a Canção Nova alude ao seu objetivo tanto interno como externo, pois considera que a mudança social só é possível mediante pessoas renovadas espiritualmente: “Formar homens novos, renová-los, transformá-los, fazê-los chegar à santidade original. É para um mundo novo: novas estruturas, novo sistema de vida, nova ordem”.³

O processo formativo interno é responsável, em grande medida, pela formulação da ideologia institucional que se faz a partir de valores compartilhados e redundante em um estilo de vida próprio (o *ethos* da Canção Nova). Cinco preceitos fundamentais caracterizam esse *ethos*: sadia convivência, depender da providência, viver no Espírito, santidade moral e perspectiva escatológica. Discorreremos sobre eles pontuadamente.⁴

A “*sadia convivência*” é o princípio comportamental que, segundo a ideologia da Canção Nova, deve marcar as relações interpessoais. Ele decorre imediatamente do caráter misto da comunidade, uma das especificidades das comunidades de vida no Espírito. O padre Jonas Abib (1999, p. 58) declara que “desde o início, Deus quis que [a Canção Nova] fosse

3 Esse trecho é do escrito cançonovista *Nossos Documentos*, citado por OLIVEIRA, Eliane Martins de. A “vida no Espírito” e o dom de ser “Canção Nova”. In. MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 195-222. Ignoramos o meio através do qual Oliveira teve acesso a esses documentos de uso restrito dos membros da Canção Nova.

4 Obviamente, esse tipo de recorte pode induzir à percepção da comunidade apenas a partir de alguns dos seus aspectos. Contudo, só podemos tornar a realidade inteligível utilizando-se de abstrações conceituais. Estamos conscientes do risco de reducionismo que corremos. Todavia, trata-se de um olhar a partir de tendências majoritárias, ou seja, apresentamos aqui aqueles valores que, segundo nossa investigação, emergem mais fortemente na pregação e no dia a dia dos comunitários da Canção Nova.

feita de homens e mulheres, casados e solteiros, sacerdotes e leigos em *sadia convivência*” (grifo nosso). Consoante o fundador da Canção Nova, homens e mulheres morando juntos significa um testemunho cabal da possibilidade de viver castamente mesmo num mundo marcado pelo erotismo: “Deus quer provar que é possível viver a pureza; viver sem malícia e em *sadia convivência*, homens e mulheres” (ABIB, op. cit., p. 58).

Pelo que pudemos perceber mediante a observação e através de diálogos com os comunitários, a castidade nas relações é o aspecto mais ressaltado que se sobressai na compreensão do que seja a “*sadia convivência*”. Para eles, esta se concretiza principalmente através do equilíbrio afetivo e da disciplina sexual. Obviamente, isso demanda muito esforço ascético, dada a complexidade das relações mistas nos mesmos espaços de convivência.⁵ Os comunitários da Canção Nova querem demonstrar que as relações humanas não estão necessariamente condicionadas pela dimensão afetiva sexual, o que representaria um protesto implícito contra a erotização exacerbada, característica da sociedade ocidental contemporânea.

A heterogeneidade interna se traduz não apenas pela presença de pessoas de ambos os sexos, mas também por causa dos diferentes “estados de vida” dos comunitários.⁶ Assim, há ainda duas polarizações importantes, além daquela referente ao sexo. Trata-se dos binômios: sacerdotes/leigos e casados/solteiros (ou celibatários).⁷ Conquanto as comunidades de vida no Espírito reduzam a assimetria entre o clero e o laicato, na Canção Nova, essa dimensão revolucionária se reveste de certa opacidade, pois a compreensão tradicional, segundo a qual o sacerdote tem primazia sobre o leigo, tende a ser mantida nas relações interpessoais dos cançãovistas. Na Canção Nova, desenha-se a possibilidade de que ocorra fenômeno parecido com o que ocorreu na vida religiosa tradicional, conhecido como “clericalização”. Isso não é possível do ponto de vista quantitativo, dado o grande número de mulheres e de pessoas casadas na comunidade. Mas pode ocorrer uma clericalização *qualitativa*, pela qual os padres formariam uma casta interna, com primazia (inclusive jurídica) sobre os outros consagrados.

5 Por ocasião do reconhecimento pontifício da Canção Nova, o Vaticano proibiu que rapazes e moças morem numa mesma casa. Contudo, esse fato é recente e não impede que os comunitários tenham em comum outros espaços de convivência, como: refeitório, sala de TV, área de lazer, etc.

6 No ambiente das comunidades de vida no Espírito, por “estado de vida” se entende a opção religiosa/civil através da qual o comunitário é identificado na comunidade, normalmente compreendido como uma destas três formas: casado, celibatário ou sacerdote.

7 Civilmente, os celibatários são também solteiros, mas se distinguem destes porque se afirmam publicamente como pessoas que optaram por não se casarem para se dedicarem mais intensamente ao ideal da comunidade; a rigor, os solteiros não celibatários permanecem abertos a relacionamentos afetivos, embora isso só possa ocorrer, por força de regra da comunidade, com pessoas que também pertencem à Canção Nova.

O risco de que se constituam facções com interesses diferenciados e classistas no interior da comunidade é real, muito embora isso não se faça sentir em grande intensidade no momento. Além da possibilidade de que o clero se constitua uma casta privilegiada em relação aos comunitários leigos, articula-se hoje outro embate gerador de tensões: aquele que resulta da polarização casados/solteiros. Isso porque na Canção Nova, assim como na maioria das comunidades de vida no Espírito, existe a possibilidade - inédita no catolicismo - de integrar vida religiosa comunitária à vida em família (MARIZ & AGUILAR, 2009). Porém, isso não ocorre sem dificuldades.

Como é possível para pessoas casadas assumirem uma vida de pobreza sem transcurar os deveres para com os filhos? Ao professarem obediência aos superiores da comunidade, até que ponto isso tem repercussões na vida familiar e na educação da prole?⁸ O que significa o voto de castidade para pessoas casadas?⁹ Essas e outras questões trazem à tona a nem sempre fácil conciliação entre as exigências da vida comunitária e a autonomia familiar.

Pessoas casadas não se inserem numa comunidade consagrada com a mesma facilidade que as solteiras. Os encargos da vida matrimonial reduzem a disponibilidade dos casados para os trabalhos missionários, estando estes não raras vezes condicionados ao tempo e à realidade familiar, especialmente ao cuidado com os filhos. Além disso, a natureza da vida em família exige certo grau de privacidade e autonomia nas decisões. Isso obriga o governo da comunidade a permitir maior liberdade para os casados, situação que frequentemente incomoda os solteiros. Estes últimos são mais intensamente submetidos ao rigor disciplinar das regras comunitárias, enquanto que os casais dispõem de sua própria casa e de seu salário ou ajuda de custo (pago pela própria comunidade para custeio e manutenção das despesas com os filhos). Essa relativa assimetria põe em xeque o princípio da sadia convivência.

De qualquer modo, ao defender esse princípio os cançonovistas não tentam eliminar as tensões no interior da comunidade, apenas promover um comportamento capaz de superá-las. Convivendo com os comunitários, pudemos constatar o modo como eles consideram necessária a “sadia convivência” e como se esforçam para promover relacionamentos que, embora longe do ideal pensado, estão bem próximos daquilo que dentro

8 Nas comunidades com as quais temos contato, identificamos vários problemas decorrentes dessa matéria, especialmente aqueles relacionados à excessiva intromissão dos superiores na vida privada dos membros casados ou, de outra parte, frequentes angústias vividas por estes diante das expectativas de vida dos filhos que vão atingindo a adolescência.

9 Não identificamos em nenhuma comunidade de vida no Espírito nada que pudesse distinguir o “voto” de castidade dos comunitários das exigências morais nessa matéria que são feitas pela Igreja *para todos* os católicos; as orientações de pureza, fidelidade e respeito (aludidas como expressões da castidade conjugal) são preceitos gerais da Igreja para os casais batizados. A nosso ver, portanto, a castidade nessas comunidades (a não ser para os celibatários) não se constitui em um “voto”.

das possibilidades humanas poderia ser considerado desejável. Dessa maneira, eles conseguem externar um testemunho de convivência capaz de atrair pessoas desejosas de uma experiência de vinculação comunitária afetiva forte. Esse é um dos mecanismos de atração da Canção Nova.

Olhando de fora, a impressão que os comunitários causam é de que são iguais em tudo. É essa a percepção daqueles que são atraídos. Entretanto, isso existe apenas enquanto fenômeno (em sentido filosófico). Na base dessa “sadia convivência” estão as diferenças individuais e classistas, sobre as quais se constrói um panorama que aparece para quem está fora da comunidade como uma verdadeira comunhão. O que ocorre é que *a comunidade transcende sua diversificação*, fazendo emergir uma unidade que não pode ser considerada apenas aparente. Ela existe de fato. Mas as diferenças continuam ali e são experimentadas como uma realidade intrínseca à própria vida comunitária (SOUSA, 2009).

O segundo preceito do *ethos* interno cançonovista é “*depende da providência*”. Os comunitários acreditam que o próprio Deus é quem os sustenta materialmente, assim como aos projetos e obras empreitadas pela instituição: “Para que a missão da Canção Nova se realizasse, desde o início Deus já mostrava que Ele providenciaria todo o necessário. Vamos depender unicamente da Providência” (ABIB, 1999, p. 44). Essa atitude frente à subsistência é considerada a melhor expressão do compromisso de pobreza celebrado pelos cançonovistas (SILVA, 2009).

Os *Estatutos* da Canção Nova indicam que, com isso, os membros da comunidade estão colocando em prática o texto evangélico de Mateus 6, 24-34, que adverte que “não se pode servir a Deus e ao dinheiro” e requisita do fiel viver sem preocupações excessivas em relação ao seu sustento material. Isso representaria uma contraproposta aos valores seculares de busca por riquezas: “Num mundo que luta para conquistar segurança econômica, Deus nos impulsiona a arriscar a nossa vida no Evangelho: viver uma total dependência da Providência amorosa do Pai. Nossa segurança é Ele. Em cada situação, confiamos: Deus proverá” (SILVA, op. cit., p. 229).

Isso não significa que os comunitários são passivos e acomodados em relação à luta pela subsistência. Pelo contrário, durante uma de nossas convivências com eles, surpreenderam-nos o ritmo e a quantidade de trabalho a que se submetem. Em Cachoeira Paulista, são oito horas diárias, além dos muitos compromissos espirituais e reuniões em que precisam estar. Os que trabalham na TV são particularmente exigidos. Os fins de semana

também são marcados por muito trabalho, por causa dos “acampamentos de oração”.¹⁰ Apesar de todo esse ritmo, os cançonovistas parecem convencidos de que o sustento material pessoal e da instituição não provém dos seus esforços, mas é uma espécie de “acréscimo” decorrente de sua dedicação ao anúncio do Evangelho.

Algumas vezes, a ação da providência de Deus aparece condicionada à harmonia da vida fraterna. Segundo esse entendimento, “depende da providência” só é possível caso os comunitários estejam em “sadia convivência”.

Jonas Abib (1999) narra um episódio que ilustra essa relação. Ele escreve que no decorrer de uma terraplanagem numa das obras da Canção Nova, houve um inexplicável acidente com uma das máquinas que estavam sendo utilizadas. Então, o padre fundador reuniu a comunidade e concluiu que “o Senhor estava nos mostrando que não estávamos bem uns com os outros e por isso a Providência *não podia* acontecer” (ABIB, op. cit., p. 52 – grifo nosso). Só depois de “um dia inteiro de perdão” é que a máquina teria voltado a trabalhar normal e inexplicavelmente. Abib acrescenta que fatos semelhantes aconteceram inúmeras vezes.

O compromisso de “depende da providência” traz consigo um apelo ético capaz de influenciar o modo como os membros da Canção Nova se relacionam com os bens materiais (SILVA, 2009). O ideal de viver apenas daquilo que a divindade pode prover demarca a renúncia às fontes racionais de sustentação, apelando para um estilo de vida livre de compromissos sociais convencionais e, em princípio, antimaterialista: “Isso pode ser interpretado como renúncia à sociedade de consumo ou como um romantismo anticapitalista” (PORTELLA, 2009, p. 176).

Contudo, esse princípio comportamental não é suficiente para emancipar radicalmente os comunitários das expectativas quanto ao futuro e garantias materiais, especialmente quando atingem a idade adulta. O medo de não dispor dos meios necessários para uma vida digna em situação de velhice ou de doença só é minimizado pela segurança proporcionada pela pertença comunitária. Sob essa ótica, os comunitários “vivem da providência” tanto quanto mais estiverem em harmonia (“sadia convivência”) uns com outros, situação que lhes confere segurança grupal.

Conforme defende Portella (op. cit., p. 182):

¹⁰ Os cançonovistas acreditam que têm uma graça sobrenatural para resistirem a esse ritmo e, por causa disso, a disposição para o trabalho está entre os critérios de discernimento vocacional.

Viver da providência teria dois lados: um de risco, do viver sem seguranças pré-determinadas, e outro, paradoxalmente, de segurança, de certa segurança ontológica que a *comunitas* dá, que o grupo, envolvido emocionalmente numa mesma causa e numa mesma fé na providência, proporcionam, inclusive criando um sentimento de pertença (...) que, talvez, alguns jovens não sentissem em seus lares de origem.

No caso da Canção Nova, a sensação de segurança quanto ao futuro se deve também à sua (pelo menos aparente) solidez estrutural e financeira. Mantida por uma Fundação que movimenta muitos recursos e que é dona de um patrimônio significativo, os membros da comunidade de vida podem vislumbrar um suporte material maior até mesmo do que aquele de que dispunham em situação de vida secular. Esse elemento pode fazer com que o “depende da providência” seja mais um padrão *ideal* de comportamento do que uma realidade prática.

O princípio “depende da providência” pode também ser interpretado como o correspondente cançonovista da “prosperidade” neopentecostal. Frequentemente, os comunitários recorrem a ocasiões em que necessidades materiais foram supridas instantânea e imprevisivelmente, para caracterizarem aquilo que entendem como sendo a “providência de Deus”. Esse é o aspecto que mais ressaltam e que (ao que parece) melhor expressa para eles a ação divina nessa matéria. Aquilo que os neopentecostais entenderiam como bênção resultante de um “desafio” a Deus (de *algo* que lhe foi entregue), os membros da Canção Nova percebem como uma intervenção providente da divindade em decorrência de sua fidelidade para com aqueles que a ela *se* entregam. Trata-se de duas interpretações diferentes (e relativamente assemelhadas) para eventos da mesma natureza.

No programa *Sorrindo pra vida* de 28 de maio de 2009, o depoimento de uma mulher (por email) diz que o seu filho estava endividado e tornou-se sócio da Canção Nova. Após isso, ele teria saído de todas as suas dívidas e comprado um carro novo. Subjacente ao testemunho está a ideia de prosperidade tal como verificamos no neopentecostalismo (como fruto da oferta), sendo que, nesse caso, o investimento foi feito na Canção Nova. Na ocasião, Luzia Santiago (apresentadora do programa) não refutou a mulher diretamente, mas atribuiu o milagre à providência de Deus, numa sutil forma de afirmar o princípio comportamental cançonovista e opor-se à mentalidade neopentecostal.

Na verdade, a associação oferta/milagre é muito comum na religião. Exemplos disso são as *promessas* aos santos do catolicismo popular. Com a “teologia da prosperidade” essa lógica sacrificial foi ressignificada e levada às últimas consequências. A “providência de

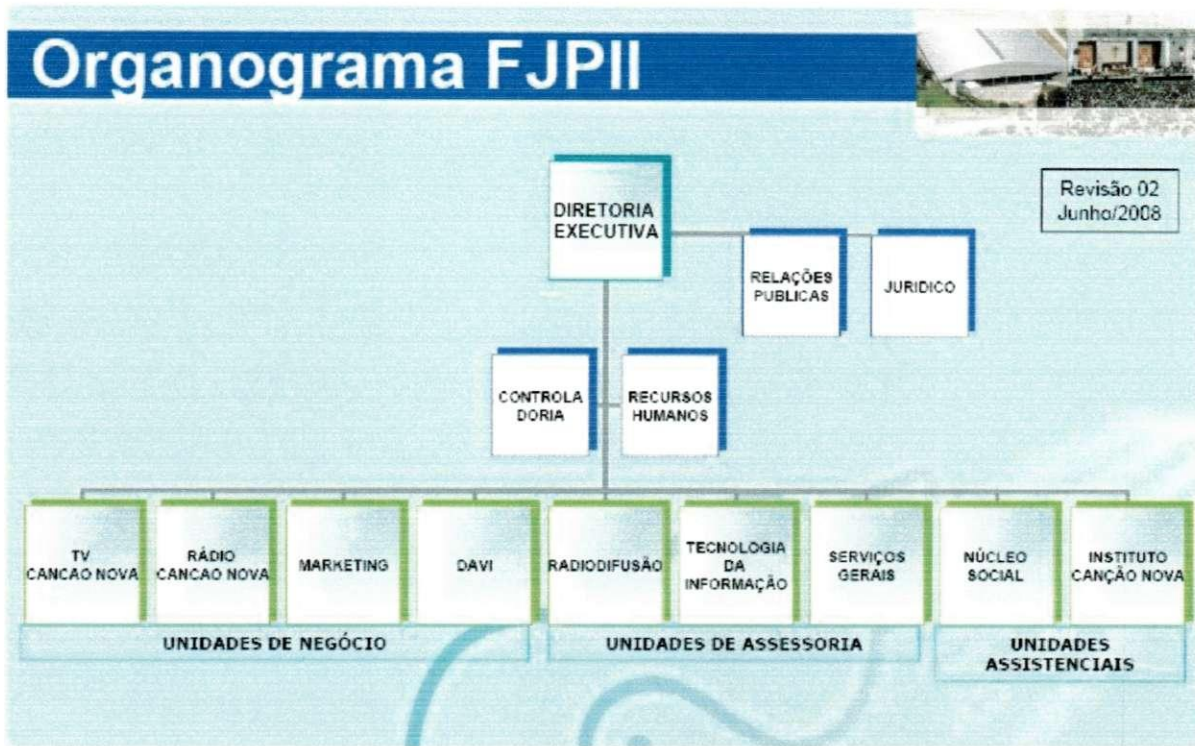
Deus” encontra-se entre essas duas posturas. Através dela, o fiel espera que a divindade supra suas necessidades materiais, uma vez que ele está a seu serviço: “Buscai em primeiro lugar o reino de Deus e a sua justiça e todas as coisas vos serão dadas em acréscimo” (Mt 6, 33). A não concretização da providência divina em determinadas situações pode deixar o fiel confuso em suas convicções.

A “*vida no Espírito*” é outro preceito do *ethos* cançãoovista. Já discutiremos sobre o significado dessa expressão no capítulo anterior, advertindo que os membros da Canção Nova não moram juntos apenas porque valorizam a vida comunitária em si mesma. Eles desejam viver, em comunidade, a “vida no Espírito”, ou seja, dispor-se à condução imprevisível do Espírito de Deus num ato de entrega, abandono, intimidade e confiança, oferecendo-se totalmente à missão de evangelizar o mundo (OLIVEIRA, 2009).

Isso implica em acomodar-se constantemente às inspirações do Deus Espírito Santo, procurando abdicar do planejamento racional para a vida pessoal e para o serviço apostólico que desempenham. Os membros da Canção Nova buscam fazer tudo “no Espírito”, pautando suas escolhas antes nesse princípio do que num julgamento lógico. É assim que, quando a lógica humana e as supostas inspirações se opõem uma à outra, não hesitam em optar por aquilo que entendem como sendo a vontade de Deus inspirada.

Contudo, podemos afirmar que esse “abandono” é apenas relativo e diz respeito mais ao comportamento individual dos membros do que à ação institucional. Esta, ao contrário, precisa ser bem planejada e executada através de um aparato administrativo maior do que o de muitas empresas comerciais ou mesmo industriais. A Fundação João Paulo II dispõe de uma estrutura cuja manutenção demanda a mão de obra de aproximadamente mil missionários e mais de quinhentos funcionários só em Cachoeira Paulista. Toda essa estrutura está a serviço, sobretudo, da arrecadação de recursos para a manutenção da TV.

O organograma da Fundação dá uma ideia da complexidade de seu funcionamento e do planejamento racional demandado:



A proposição de “viver no Espírito” contém, por outro lado, uma conotação moral. Os cançonovistas opõem a vida “no Espírito” à vida “na carne”, criando na prática o dualismo teórico bíblico de Gálatas 5, 19-25.¹¹ Por causa disso, pleiteiam uma “*santidade moral*” cuja base são os preceitos do catolicismo tradicional. E esse é o quarto preceito do *ethos* cançonovista que pontuamos aqui.

Por influência do seu fundador, a Canção Nova propalou durante muito tempo o jargão bíblico: “Sede santos”.¹² O modo como compreendem essa santidade leva em conta sobretudo o aspecto moral, especialmente quanto à moral sexual. Isso foi o que pudemos depreender a partir de nossa observação tanto presencial como midiática.

Silva (2009, p. 329) indica que esse é um dos limites do projeto formativo dos membros da comunidade, ou seja, a “preocupação de apregoar a moral católica, sem o devido cultivo do diálogo com a cultura contemporânea” e, nesse ponto, “uma preocupação excessiva com a moral sexual, ressaltando a categoria pecado, como se fosse a única questão inerente a esta dimensão do humano”. Em outras palavras, o fato de privilegiar a dimensão erótico-

11 “Ora, as obras da carne são estas: fornicação, impureza, libertinagem, idolatria, superstição, inimizades, brigas, ciúmes, ódio, ambição, discórdias, partidos, invejas, bebedeiras, orgias e outras coisas semelhantes (...). Ao contrário, o fruto do Espírito é caridade, alegria, paz, paciência, afabilidade, bondade, fidelidade, brandura, temperança (...). Se vivemos pelo Espírito, andemos também de acordo com o Espírito”.

12 Cf. Mateus 5, 48.

afetiva e enfatizar o controle dessas áreas como expressão de santidade, induz as pessoas, especialmente jovens, a pensar que, cumpridos os preceitos da moral sexual católica, ter-se-á chegado à santificação pessoal. Essa percepção reduz a definição de santidade individual cristã a apenas uma de suas dimensões.

Um exemplo disso é aquilo que entre os comunitários se convencionou chamar de “namoro santo”. Trata-se de uma terminologia usada pelos jovens que significa *namoro casto*, ou seja, um relacionamento afetivo no qual o rapaz e a moça procuram não praticar relações sexuais pré-matrimoniais. Num escrito intitulado *Namorados e noivos na comunidade*, publicado em 2009, o padre Jonas Abib diz que é a vontade de Deus que na Canção Nova se cultivem “namoros santos” ou que os consagrados “namorem realmente como consagrados”. Para isso, Abib propõe diversos meios com os quais os namorados da comunidade devem “se armar na luta contra o pecado”: oração, confissão sacramental, comunhão do corpo de Cristo, adoração ao Santíssimo Sacramento, *lectio divina*, partilha com os casais da comunidade, entre outros. Esse comportamento os colocaria em condições de terem não só o “namoro santo”, mas também um matrimônio e uma família santificada (SILVA, 2009).

Embora a visão de santidade a partir da retidão moral sexual seja reducionista, essa ênfase pode estar sendo motivada pelo igualmente excessivo relevo da dimensão erótica na sociedade atual como possibilidade de afirmação da pessoa, independente de qualquer consideração ética a respeito. Sob esse aspecto, o enfoque cançonovista se justifica pela necessidade de se contrapor a um princípio comportamental já interiorizado pelos indivíduos que repercute de algum modo na vida interna da comunidade.

Não é de hoje que se constata uma tendência neoconservadora nos movimentos e novas comunidades católicas. Esse neoconservadorismo, interpretado inicialmente como parte de um arquitetado plano do Vaticano que visava conter os avanços da Teologia da Libertação no Brasil, não se revela predominantemente nas tentativas de alinhamento com as orientações de Roma, mas está presente principalmente no aspecto moral. Silva (2009) admite que a Comunidade Canção Nova também se afina com as características dos grupos neoconservadores e que esta oferece um conteúdo doutrinal que é simples reprodução da moral católica, carecendo de uma comunicação em postura de diálogo com a cultura atual.

Outra consequência desse conservadorismo moral é a reprodução de certo patriarcalismo, na medida em que a submissão feminina é reforçada enquanto valor. Embora contribua para a quebra da lógica de dominação masculina ao possibilitar à mulher exercício de funções distintas daquelas do ambiente doméstico (CAMPOS & CAMINHA, 2009), a Canção Nova não questiona a assimetria homem/mulher. Em matéria de “gênero”, esta

comunidade pode ser considerada a mais conservadora de todas as grandes comunidades carismáticas brasileiras.

Por fim, vamos nos referir à “*perspectiva escatológica*” presente no *ethos* interno da Canção Nova. De maneira singular em relação a outros setores da Igreja, esta comunidade reconhece no mundo contemporâneo sinais visíveis da iminência da segunda vinda de Cristo e consequente consumação da história (OLIVEIRA, 2009). Ela atualiza o discurso teleológico cristão, chamando a atenção para a fase última dessa teleologia.

A perspectiva foi formulada sobretudo no escrito *Céus novos e uma terra nova* (1997), do Padre Jonas Abib, publicado pela própria editora da Canção Nova e que teve ampla repercussão nos setores carismáticos do catolicismo brasileiro. A visão de Abib nesse livro assume contornos que se distinguem da catequese escatológica comumente explicitada pela Igreja Católica. Ele defende a ideia de que o mundo é dominado pelo Diabo, pois outrora Deus teria enviado o anjo Lúcifer à terra para aprontar a humanidade para a implantação do “Reino de Deus”. Esse reino se concretizaria mediante o envio do Filho de Deus ao mundo, que seria rei num lugar preparado para tal pelo anjo de luz. Nesse sentido, Lúcifer seria uma espécie de precursor de Jesus. No dizer de Abib (op. cit., p. 27), “a missão de Lúcifer era preparar esta terra para receber o Filho de Deus”.

Ainda segundo Abib (op. cit., p. 27-29), Lúcifer cumpriu sua missão ignorando a intenção de Deus de enviar seu Filho ao mundo. Quando lhe foi revelado “essa parte do plano”, o anjo negou-se a continuar servindo a Deus, pois isso implicaria em servir também a um homem e a uma mulher (criaturas inferiores), a saber: Jesus Cristo e a Virgem Maria. Lúcifer teria dito: “[Deus] não vai implantar aqui o seu reino! Eu sou o príncipe deste mundo. Tenho um reino aqui. Ele me foi dado”. Abib afirma que Deus poderia tê-lo destruído nessa mesma ocasião, mas não o fez porque “tinha constituído Lúcifer príncipe deste mundo, não voltou atrás na sua escolha”.

Abib usa o texto bíblico de Lucas 4, 5-6 para justificar sua posição.¹³ Para ele, o sofrimento de pessoas boas e a prosperidade dos maus têm a ver com o fato de o Diabo ter o domínio do mundo: “Porque o príncipe do mundo favorece e dá tudo o que tem aos seus súditos” (ABIB, op. cit., p. 30). E ainda: “É importante saber que quem trouxe a dor, o sofrimento, a doença, a miséria, a fome, a morte para este mundo foi o demônio. (...) O

13 “O diabo o conduziu [Jesus] mais alto, mostrou-lhe num instante todos os reinos da terra e lhe disse: 'Eu te darei todo esse poder com a glória desses reinos, porque é a mim que ele foi entregue e eu o dou a quem eu quiser’”.

mesmo príncipe deste mundo que dá as coisas gostosas causa também toda essa desgraça” (ABIB, op. cit., p. 53).

O fundador da Canção Nova defende que essa situação é provisória, pois “nestes últimos tempos o que está para acontecer é a segunda vinda do Filho de Deus” (ABIB, op. cit., p. 32). Abib chega a dizer que *a geração atual* verá o cumprimento das profecias apocalípticas: “Nós e a nossa geração veremos isso acontecer. O que está no livro do Apocalipse, capítulo 20, se realizará. O anjo do Senhor virá, acorrentará o inimigo, jogará de novo Lúcifer e todos os seus anjos rebeldes no abismo. (...) Teremos um mundo livre do inimigo e Jesus virá e estabelecerá seu Reino nesta terra” (ABIB, op. cit., p. 37).

Abib entende que a Canção Nova foi escolhida para preparar essa segunda vinda de Cristo. Na *Revista Canção Nova* (n. 52, abril de 2005, p. 3), ele afirma, “com todo o peso da responsabilidade que isso acarreta”, que Jesus diz à Canção Nova: “Amo a Canção Nova de maneira especial e se ela for obediente à Minha vontade, eu a elevarei em poder e santidade. Ela preparará o mundo para a Minha vinda derradeira”.

Imbuído dessa missão outorgada pelo próprio Deus à Canção Nova, Jonas Abib desenvolve sua catequese escatológica. Para ele, o “fim do mundo” é o momento histórico em que não sobrar nada: haverá somente céu e inferno. Mas antes deve ocorrer o “fim dos tempos”, uma espécie de restabelecimento do Reino de Deus aqui na terra durante um “milênio”. Baseado no texto de Apocalipse 20, 4-10,¹⁴ o fundador da Canção Nova afirma que o “milênio” será “um longo tempo: uma era da história humana” e que não se pode negar que isso ocorrerá: “O que devemos negar são os exageros que alguns, no passado, cometeram. Este exagero chama-se 'milenarismo' (...). O milenarismo é um erro. A existência de um 'milênio' é uma verdade bíblica. Não se pode jogar fora toda a linda realidade do 'milênio' por causa do erro do 'milenarismo'” (ABIB, op. cit., p. 85). Abib não esclarece a diferença que postula existir entre essas duas interpretações.

Curiosamente, toda essa visão é respaldada por um dos maiores biblistas do Brasil, o bispo emérito de Brasília Dom João Evangelista Martins Terra, que escreveu no preâmbulo do livro de Abib (op. cit., p. 8): “É uma grande consolação poder ouvir a palavra de um Mestre como o Padre Jonas, plenamente dócil ao Espírito Santo, abrindo-nos as portas das Escrituras

14 “Vi, também, tronos. Aos que neles se sentaram foi concedido que exercessem o julgamento. Vi ainda as almas dos que tinham sido decapitados por causa do testemunho de Jesus e da palavra de Deus, e os que não tinham adorado a besta nem sua imagem e não tinham recebido a marca na fronte nem sobre a mão. Eles tornaram à vida e reinaram com Cristo durante mil anos. Os outros mortos não tornaram à vida antes que se completassem os mil anos. Esta é a primeira ressurreição. (...) Quando se tiverem completado os mil anos, Satanás será solto de sua prisão e sairá para seduzir as nações que estão nos quatro cantos da terra (...). Mas desceu um fogo do céu e os devorou. E o diabo, seu sedutor, foi precipitado no lago de fogo e enxofre, junto à besta e ao falso profeta. E eles serão atormentados dia e noite pelos séculos dos séculos”.

para levar-nos ao cerne da revelação cristã”. Dom Terra chega a qualificar a obra *Céus novos e uma terra nova* de “magistral” e comparar o padre Jonas com Santo Inácio de Loyola (ABIB, op. cit., p. 10 e 22).

Os cançãovistas absorveram muito dessa visão do Padre Jonas. Internamente, há um consenso em torno da iminência da segunda vinda de Cristo. Eles seguem a voz do seu fundador que adverte com veemência: “O dia do Senhor está se aproximando. Ele está mais próximo hoje que no mês passado. O Senhor está muito mais perto neste momento do que há um ano. E o tempo está voando” (ABIB, op. cit., p. 99). Antes, porém, Abib diz que deve vir o “anticristo”, alguém que se proporá a si mesmo como governador do mundo inteiro e se oporá à Igreja. Por causa dessa possibilidade do estabelecimento de um governo mundial contrário ao cristianismo, os cançãovistas veem com reservas qualquer coisa que denote “globalização”.

Frequentemente, a ideia de globalismo aparece associada ao movimento Nova Era. Em algumas de suas pregações, consideradas na comunidade como voz profética e corajosa, o Padre Jonas defende que o mundo está caminhando para a concretização do “Reino do Maitreia”, uma espécie de predomínio político e religioso de forças anticristãs em proporções mundiais. Esse reino se constituiria, em última análise, num domínio de Satanás. O surgimento do movimento Nova Era e o processo de globalização seriam sintomas dessa tendência (OLIVEIRA, 2003).

Para se precaver contra esse reino, Jonas Abib aponta a vida em comunidade. Consoante o fundador da Canção Nova, os cristãos devem se preparar para viver num mundo dominado por forças anticristãs, acostumando-se a “viver da providência”, pois nesse mundo não será possível sobreviver sem aderir ao sistema político e econômico vigente que será, em si mesmo, contrário ao cristianismo. A comunidade representaria uma espécie de “treino” para não depender desse sistema, uma vez que ela acostuma o indivíduo a viver com pobreza, simplicidade e recorrendo apenas ao necessário.

Eliane Oliveira (op. cit., p. 173) esclarece:

O Padre Jonas Abib e, por conseguinte, a Canção Nova entende que o movimento Nova Era é o disfarce do demônio (...): ele quer acabar com o cristianismo, ser cultuado através de uma religião única (...) que será imposta por um único governo mundial, no qual o demônio é o governante. Todos estarão a ele submetidos se quiserem sobreviver na Terra. Ao negarem as estruturas do anticristo, os cristãos sofrerão privações das suas necessidades básicas já que, para ter a assistência do Estado demoníaco, precisavam aceitá-lo. Além disso, serão

perseguidos por essa recusa. Tentarão sobreviver em comunidades auto-sustentáveis até a vinda de Jesus Cristo, que os recompensará e os libertará do poder do demônio.

Essa visão identifica a comunidade como “tábua de salvação”, espaço privilegiado de vida espiritual e guardião do cristianismo autêntico. As comunidades seriam, para usar a expressão de Castells (1999), verdadeiros “paraísos comunais” capazes de resistir à globalização e defender fontes autônomas de conhecimento. Além disso, a comunidade outorgaria a segurança que o sistema econômico não é capaz de fazê-lo, especialmente para aqueles que não compartilham de seus valores. A comunidade seria uma espécie de “precursora da parusia”, preparando os cristãos para a consumação da história.

2. O conteúdo da mensagem da TV Canção Nova

Para discorrer sobre o conteúdo da mensagem da TV Canção Nova optamos por não pontuar elementos, uma vez que estes são os mesmos preceitos anteriormente relacionados. Procuraremos apenas demonstrar que eles estão presentes em maior ou menor grau ao longo da programação da TV.

O conteúdo da mensagem veiculada através da TV Canção Nova não difere substancialmente daquele difundido no interior da comunidade. São os mesmos valores compartilhados internamente que assumem um invólucro midiático e são transmitidos aos telespectadores. Nesse sentido, argumentamos que a eficácia da TV na vinculação de membros que adquirem sentido de pertença decorreria, sobretudo, desse elemento: a Canção Nova comunica aquilo que realmente é, ou seja, os valores e princípios comportamentais adquiridos por convicção e perseguidos como estilo de vida próprio (o seu “jeito de ser”, com o qual milhares de telespectadores se identificam).

Com efeito, os assuntos tratados e aludidos pelos programas da TV Canção Nova refletem os próprios valores internos ou são seus desdobramentos. Nossa observação da programação televisiva mostrou que o *ethos* cançonovista está explícita ou implicitamente inserido naquilo que veiculam pela TV. Às vezes, subjacente. E, embora revestida de linguagem relativamente espetacularizada, o conteúdo veiculado pela TV é substancialmente o mesmo partilhado internamente pelos comunitários.

Obviamente, o invólucro midiático promove certa mitificação da comunidade, causando a impressão de que ela é completamente harmônica em todas as suas expressões, o

que não reflete a realidade. O Padre Jonas Abib nos declarou que “nós somos sabedores disso” (Entrevista, 2 de maio de 2008). Contudo, não há uma ruptura radical entre aquilo que a Canção Nova persegue internamente como estilo de vida e aquilo que ela transmite mediante a TV. A TV Canção Nova não fabrica artificialmente uma mensagem para ser veiculada, mas retira de sua própria experiência comunitária o conteúdo a ser transmitido, ainda que este seja revestido pela linguagem midiática parcialmente espetacularizada.

O Departamento de Marketing da comunidade faz um trabalho sistemático de recolhimento de informações junto ao público frequentador dos eventos realizados em Cachoeira Paulista, medindo os graus de satisfação e insatisfação deste, bem como as razões pelas quais os visitantes se declaram satisfeitos ou insatisfeitos com os serviços que lhes são oferecidos. Tivemos acesso a essas pesquisas e nelas aparecem reclamações de pessoas que não tiveram correspondidas suas expectativas devido a certa distância entre aquilo que veem na TV e o que realmente encontram. Elas querem conversar com os padres midiáticos, com os fundadores ou então pedem “espaço para cumprimentar os consagrados que são amados”, coisas que nem sempre possíveis. Alguns reclamam que “os membros aparecem na TV, mas aqui não olham na nossa cara”.

Mas apesar disso, nas referidas pesquisas os elogios são ainda mais frequentes, com os índices percentuais de satisfação bastante altos.¹⁵ Ao que parece, a maioria das pessoas que vêm a Cachoeira Paulista, *constatam* o que acompanham pela TV, verificando a proximidade entre o *ethos* interno da Canção Nova e o conteúdo da sua mensagem midiática.

Conforme nossa observação da programação, a “perspectiva escatológica” é o elemento do *ethos* cançãovista que menos aparece na televisão. Tudo indica que se trata de um assunto que, posto publicamente, poderia trazer constrangimentos e problemas institucionais para a comunidade. Conforme advertimos anteriormente, a catequese escatológica do Padre Jonas Abib apresenta aspectos que se distinguem do que normalmente é ensinado pela hierarquia da Igreja.

Já o princípio de “depender da providência” é manifestado através do próprio modo como os cançãovistas se organizam e conduzem a programação da televisão. Optando por manter o canal mediante doações, eles procuram fazer crer que a aquisição de recursos é obra

15 Como veremos mais adiante, o nível de satisfação dos sócios que visitam Cachoeira Paulista é muito alto, tendo a ver também com o enlevo espiritual que experimentam nos “acampamentos de oração”. Os visitantes costumam falar da Canção Nova como “uma espécie de lugar sagrado por excelência, indubitavelmente privilegiado por Deus para a revelação permanente, incontestável e direta do sobrenatural” (cf. OLIVEIRA, Eliane Martins de. *Sinfonia inacabada: segredo, imaginação e a comunidade de vida Canção Nova*. Rio de Janeiro, 2008. Tese. Doutorado em Ciências. Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, p. 32)

da providência divina. Motivam os sócios não apenas a fazer doações, mas também a conduzirem suas vidas com base nesse princípio. Os sócios da Canção Nova devem esperar do alto (embora não passivamente) os dons necessários à sua sobrevivência e sustento.

Igualmente, “viver no Espírito” também aparece como um princípio comportamental não somente interno, mas externado mediante a TV. Nesse caso, o escopo dos cançonovistas é fazer com que os seus telespectadores adotem o mesmo estilo de vida religiosa e moral que eles, ou seja, que “se entreguem” ao Deus Espírito Santo e dele recebam virtudes e dons. Para isso, os telespectadores contam sobretudo com a pregação e com os depoimentos dos comunitários. Embora redundante, o conteúdo e a forma da mensagem cançonovista exalam convicção, conseguindo influenciar pessoas carentes de uma religiosidade mais vivencial, menos discursiva e ritualística.

Entretanto, do que qualificamos como *ethos* interno da Canção Nova, talvez o elemento mais presente na programação da TV seja a ideia de santidade moral. A Canção Nova põe em relevo os preceitos morais do catolicismo e tende a privilegiar o seu aspecto afetivo-sexual. Silva (2009) indica isso como “outro limite a ser superado” no conjunto da programação televisiva da Canção Nova. Para ele, quando transmite os conteúdos da moral católica, a TV preocupa-se excessivamente com os pecados inerentes à sexualidade humana.

Com efeito, em diversos programas pudemos observar essa preocupação. A título de exemplo, citamos o programa *Minha família é assim*, ancorado pelo casal Nelsinho e Marta Correia. Na terça-feira dia 26 de maio de 2009, eles abordam o tema “Família e sexualidade”. Entre comentários diretos e diálogos com os telespectadores por meio do telefone ou da internet, eles reforçam os princípios da moral sexual católica, descendo a pormenores sobre o assunto. Falam sobre “a alegria do ato sexual” e afirmam que a relação fora do casamento não contém essa alegria, pois se trata de um prazer momentâneo. A maneira “aberta” como discutem o assunto causaria constrangimento às pessoas mais escrupulosas na matéria.

Algo semelhante observamos no programa *Manhã viva* do dia 29 de maio de 2009. Uma comunitária chamada Edivânia era uma das entrevistadas naquele dia. O assunto era “namoro e noivado”. Sua fala expressa a ideologia interna da Canção Nova: “Namoro é conhecimento. Não para conhecer o corpo, mas a pessoa, a alma. [No] primeiro dia de formação para namorados eu digo isso”. No decorrer da fala, fica evidente que a visão dos cançonovistas sobre sexualidade não é mitificada nem puritana. Contudo, eles não abrem mão dos princípios católicos, nem mesmo dos mais exigentes como a proibição do uso de métodos anticoncepcionais artificiais. “Casamento são filhos”, diz Glória Amaral. Ela defende a ideia de que os filhos são constitutivos do matrimônio e aproveita para falar dos métodos

naturais de planejamento familiar aceitos pela Igreja. O programa expõe ainda um VT cujo tema é a fidelidade matrimonial.

A nosso ver, o maior “limite a ser superado” pela TV Canção Nova talvez não seja a ênfase atribuída à sexualidade e sim a disseminação da ideia de santidade cristã como o resultado de ações negativas, ou seja, daquelas que seriam fruto do “não-pecado”. Essa visão coloca o mal como *sujeito* e não como uma carência de bem. Na teologia católica, o pecado é uma carência de amor. Diversas expressões religiosas tradicionais, entretanto, propagam-no como se ele fosse um sujeito, diante do qual o indivíduo precisa se posicionar negativamente, reduzindo a possibilidade de que este construa seu próprio projeto de vida, para além da negação do pecado e como afirmação de sua individualidade e de sua própria fé perante o mundo.

No programa *Sorrindo pra vida* de 29 de maio de 2009, uma pregação de Wellington Silva Jardim (Eto), considerado um dos co-fundadores da Canção Nova, ilustra o que estamos falando e também exemplifica o modo como essa ideologia é transmitida pela TV. Eto lê um texto do livro bíblico de Eclesiástico e, a partir dele, propõe-se a falar sobre o pecado. Inicia dizendo que toda pessoa deve *fugir do pecado*, pois se não o fizer “é suicídio”. A maneira como inicia o discurso revela o que subjaz em sua compreensão a respeito do mal. A partir desse fundamento, ele segue a fala utilizando-se de metáforas para explicar a maleficência do pecado, concluindo que dele provêm muitas doenças: “Quantos milhares de pessoas nós conhecemos que está doente porque peca”, diz.

A pregação de Eto é emblemática e reflete o conteúdo oratório de várias outras preleções por nós observadas. Porém, nada expressa melhor essa visão de santidade resultada de ações negativas do que o “PHN”. O PHN é uma linha de evangelização dentro da própria Canção Nova, destinada especialmente à juventude. Trata-se de uma espécie de filosofia de vida, cujo princípio fundamental é “Por Hoje Não [vou mais pecar]”. Concebida, promovida e liderada pelo comunitário Dunga, o sucesso do PHN pode ser atribuído à sua capacidade de atrair jovens com dificuldades de assumir compromissos duradouros e preferindo trabalhar com opções abertas.

Eliane Oliveira (2003, p. 94) considera que a “filosofia PHN” propala que “se é difícil converter-se de uma vez por todas, converta-se aos poucos, a cada dia”. Ela sugere ainda que “a proposta PHN, recomendando o estabelecimento de um processo de aprendizado ético-espiritual diário, tende a estimular a tolerância e o perdão de si e dos outros, amenizando a culpa, ressentimento e ansiedade - os quais seriam gerados caso o passado e o futuro fossem os parâmetros temporais absolutos reguladores do cotidiano” (OLIVEIRA, op. cit., p. 95).

Dunga é um dos comunitários mais visibilizados na TV Canção Nova, fazendo participações diversificadas em vários programas, além de shows e matérias externas. Mas tem também o seu próprio programa (o *PHN*), uma vez por semana, ao vivo, onde entrevista pessoas que se converteram saindo das drogas, prostituição e outros comportamentos considerados desviantes. Além disso, é principalmente através do seu programa que ele promove a ideia de “por hoje não pecar”. Chamou-nos a atenção uma fala sua no programa do dia 26 de maio de 2009. Ele disse ainda no começo: “Falta apenas uma hora e quarenta minutos para você encostar a cabeça no seu travesseiro e dormir em paz”. Era cerca de dez e vinte da noite. Meia noite é a hora em que termina o programa. Dunga tranquiliza os telespectadores: “Foi mais um dia sem pecar”.

Segundo Carranza (2005, p. 184), a campanha para educar a geração PHN é um esforço que a Canção Nova realiza para preencher a lacuna entre adesão do fiel às práticas religiosas oferecidas pela comunidade e sua efetivação na vida cotidiana, especialmente em matéria moral. Isso porque “o indivíduo das massas modernas sente-se atingido emocionalmente nelas, mas não obrigado a responder eticamente, a ser afetado existencialmente pelas mensagens nelas proferidas”. Para essa autora, “os dispositivos normativos e doutrinários são frágeis perante a racionalidade, cientificidade, laicização social. Por isso, o apelo a um engajamento pessoal que testemunhe em sentido de vida (por hoje não peço mais!), permite criar uma aura de plausibilidade do cristianismo” (CARRANZA, op. cit., p. 184).

O esforço cançonovista parece relativamente bem sucedido, uma vez que a filosofia PHN, considerada por Dunga como uma inspiração divina, expandiu-se bastante entre a juventude carismática, propagando-se não só por meio da TV, mas também mediante os “acampamentos PHN” realizados em várias partes do país com ou sem a presença de seu mentor. Além disso, a Canção Nova a divulga através do SMS: os jovens podem receber pelo celular uma dica diária de como viver o PHN.

Apesar do sucesso, essa linha de evangelização corre o risco evidente de ser uma proposta construída a partir de uma postura de negação perante algo, podendo conduzir facilmente a um tipo de comportamento baseado em regras que estão fora do indivíduo e que a ele se impõe, sem que este sinta a importância e o valor de tais regras para o seu crescimento humano. Nisso reside a fragilidade do PHN, pois é próprio do ser humano fazer renúncias pessoais mas em vista de um bem positivo que, nesse caso, seria a santidade. Caso o indivíduo não consiga se conter algum dia, o comportamento baseado na “fuga” do pecado

pode ocasionar um retorno ainda mais intenso às situações de relaxamento moral, como uma maneira de compensar o tempo em que se esforçou para resistir.

A ideia de santidade como negação do pecado é subjacente ao conjunto da mensagem midiática cançãoovista. Silva (2009, p. 312) ressalta o fato quando observa a programação da TV:

Tivemos a oportunidade de acompanhar os programas televisivos produzidos pelos membros da Canção Nova (...). Mesmo sendo produzidos com muita arte e profissionalismo, o conteúdo doutrinal oferecido é simples reprodução da moral católica, o que sem dúvida é louvável. Entretanto, acreditamos que a evangelização e a formação cristã das consciências não dizem respeito à simples doutrinação moral, mas ao encontro com Jesus Cristo. Tal aspecto poderia ser mais evidenciado.

O fato de privilegiar a luta contra o pecado pode estar conduzindo a mensagem midiática da Canção Nova a identificar a ação do Diabo como o principal elemento presente na base dos males ocorridos na vida humana. Observando a programação da TV, pareceu-nos evidente esse relevo. Alguns apresentadores e pregadores fazem sua mensagem circular em torno destes componentes: santidade, pecado, diabo.

Em última análise, essa ênfase pode ser entendida como um desdobramento da perspectiva escatológica presente no *ethos* da Canção Nova. Uma vez que os cançãoovistas partilham a expectativa de que o sistema político e econômico do mundo torne-se anticristão, sendo essa nova ordem o resultado da ação demoníaca, é muito provável que daí decorra a natural importância que lhe é dada.

Explicar os males a partir de sua personificação não é algo completamente novo no catolicismo: “Basta lembrar que foi sob o pretexto de possessão demoníaca que a Inquisição alastrou terror e desolação na Europa e Além Mar, desencadeando uma perseguição atroz a todos aqueles, crentes ou não, que, influenciados pelo espírito renascentista, aderissem ou simpatizassem com os valores pregados pela modernidade” (CARRANZA, 2005, p. 350).

A Canção Nova, assim como outros setores do carismatismo católico, resgata essa visão de que existe uma batalha espiritual por trás dos embates humanos cotidianos.¹⁶ Contudo, o modo como a compreende se distingue da perspectiva do neopentecostalismo

16 Na “Palavra do Fundador” da *Revista Canção Nova* (n. 69, setembro de 2006, p. 3), Padre Jonas Abib trata a eleição nacional como “uma tremenda batalha espiritual”: “As forças do mal – escreve ele - que foram se estabelecendo e se alastrando por toda a parte, não querem que o Brasil seja a Terra de Santa Cruz. Não querem que os projetos de Deus se realizem em nossa nação”.

protestante. Neste, a luta contra o Demônio obedece a um ciclo de: manifestação do mal/exibição do poder do pastor/nova situação do ex-possesso. Esses três acontecimentos subsequentes colocam o Diabo como causador de todos os males e requisitam a ação da igreja para livrar o indivíduo e colocá-lo em situação de prosperidade. Trata-se de um “ritual performático padronizado” concretizado nas sessões de exorcismo que são constantes nos cultos neopentecostais.

A visão da Canção Nova nessa matéria privilegia a “libertação” em vez dos exorcismos.¹⁷ Além disso, a ação do Demônio é vista pelos cançonovistas como algo subjacente ao cotidiano e à história, não se descartando completamente a influência de outros fatores causadores do sofrimento humano. Os rituais de exorcismos estiveram bastante presentes no início da Renovação Carismática, mas foram diminuindo gradativamente por força do controle hierárquico ou pelo próprio amadurecimento teológico do movimento. Na TV Canção Nova são muitas e variadas as orações de libertação, mas não há exorcismos explícitos oficiados por padres ou leigos.

Por fim, cumpre-nos indicar como o princípio comportamental “sadia convivência” aparece na programação da TV Canção Nova. Esse elemento se destaca por ser importante para atrair pessoas que têm expectativas em relação à vida comunitária ou buscam a segurança que ela pode lhes proporcionar. Os valores comunitários são reforçados através de um discurso em que a Canção Nova é apresentada como um espaço de convivência harmônico e fraterno. “Sou Canção Nova”, “Ser Canção Nova é bom demais” e “Faço parte dessa família” são alguns dos jargões utilizados com frequência pelos apresentadores e pregadores da Comunidade. A ênfase constante nesses aspectos positivos do convívio termina por contaminar os telespectadores desejosos de viver essa experiência.

A julgar pela quantidade e pelo teor das mensagens enviadas ao vivo para os programas, os telespectadores parecem captados por essa teia de sentimento de pertença transmitido por via midiática pelos cançonovistas. Muitas pessoas chegam a manifestar o desejo de morar na Comunidade, ainda que não disponham de condições objetivas para concretizar o seu desejo. São variadas as maneiras de fazê-lo: SMS, carta, telefone, questionários de pesquisa, etc. Encontramos várias dessas manifestações explícitas nos resultados das pesquisas realizadas por ocasião dos eventos, observando a programação da TV

17 O exorcismo é uma oração para livrar a pessoa que está supostamente possuída pelo Diabo. No catolicismo, somente alguns sacerdotes são oficialmente autorizados pelo Vaticano a fazer exorcismos. Por sua vez, a “libertação” é um procedimento feito nas ocasiões em que o indivíduo sofre outros níveis de influência do mal: tentação, obsessão ou opressão. No catolicismo, a “libertação” requisita um ato de vontade do sujeito influenciado e pode ser livremente ministrada por leigos.

ou durante nosso trabalho no setor de marketing da Fundação João Paulo II, onde, frequentemente testemunhávamos diálogos dos funcionários entre si, comentando o teor dos emails e das correspondências recebidas.

Procuramos ainda conversar sobre isso com vários participantes dos eventos ou sócios, muitos dos quais externavam o modo harmônico como concebem a vida na Comunidade Canção Nova. Alguns reagem nitidamente por meio de um sorriso, brilho nos olhos ou suspiro. No limite, soubemos de casos em que as pessoas simplesmente chegam a Cachoeira Paulista, com bagagem, dizendo que vieram morar na comunidade. Durante nossa observação, vimos uma mulher bastante aflita sendo atendida por uma comunitária. Quando procuramos nos informar sobre as razões daquela tensão na conversa, fomos avisados que aquela mulher havia deixado o marido e vindo para Cachoeira Paulista com os filhos, na intenção de morar com os cançonovistas.

Isso chega a se constituir um problema para os próprios comunitários que, nesses casos extremos, precisam se desdobrar para convencer as pessoas de que elas estão equivocadas em suas intenções. Todavia, é preciso reconhecer que essas atitudes são geradas pelo próprio conteúdo comunicado via TV, absorvido por algumas pessoas em maior intensidade. Isso porque os apresentadores da Canção Nova exploram o desejo de seus sócios e telespectadores de viverem uma experiência comunitária emocionalmente envolvente, motivando frequentemente as pessoas a virem provar desse “pedacinho do céu”.¹⁸ Obviamente, eles se referem aos eventos, mas as pessoas captam aquilo que transmitem a mais: a “sadia convivência” como um estilo de vida atraente.

As expectativas dos telespectadores nessa matéria são também utilizadas para arrecadar recursos. Regularmente, são realizados sorteios de casas e terrenos nas imediações da sede em Cachoeira Paulista para aqueles que fizerem uma doação a mais ou atenderem a outro pedido qualquer da comunidade. Na *Revista Canção Nova* de janeiro de 2006, por exemplo, há o anúncio do sorteio de um terreno de 200 m², acompanhado da seguinte motivação: “Queremos proporcionar a você a realização *de dois de seus sonhos*: o da casa própria, para que possa levar conforto e tranquilidade à sua família; e o de *estar pertinho da Comunidade Canção Nova*, recebendo nosso carinho e nossas orações” (n. 82, p. 8 – grifos nossos).

¹⁸ “Pedacinho do céu” é uma expressão bastante utilizada por pessoas participantes dos eventos para designarem o que sentem quando estão em Cachoeira Paulista. A terminologia foi incorporada à linguagem dos apresentadores da TV.

Sobretudo a partir de 2006, os anúncios desses sorteios são frequentes tanto na TV quanto na revista. Na edição de outubro de 2008, Wellington Silva Jardim (Eto) coloca os nomes dos ganhadores dos sorteios anteriores e anuncia o próximo. Curiosamente, ele diz: “Estou rezando para que, este ano, o felizardo seja VOCÊ!” (n. 94, p. 7). Ele sabe que a Canção Nova tem mais de 600 mil sócios e que todos recebem a revista. Por qual dos sócios estaria realmente rezando?

No fim das contas, os elementos que pertencem ao *ethos* interno cançãoquista aparecem em toda a sua intensidade na programação da TV Canção Nova. Sob o invólucro midiático, esses valores são veiculados com a finalidade de adquirir adeptos, doutriná-los e fidelizá-los mediante a doação financeira. Sobre a *forma* como esses elementos aparecem na TV trataremos a seguir.

3. A *performance* midiática da Canção Nova

Embora não haja uma diferença substancial entre a ideologia interna da Canção Nova e o conteúdo de sua mensagem midiática, este é apresentado numa linguagem apropriada às demandas televisivas. O conteúdo, portanto, encontra-se revestido de uma *performance*, através da qual se explora a subjetividade, a emoção e a espetacularização. Na seção anterior, discorremos sobre a mensagem da TV Canção Nova. Nesta, intentamos apresentar sua *performance*, que entendemos como sendo o modo como os apresentadores, pregadores e cantores cançãoquistas comunicam essa mesma mensagem. Alhures, privilegiamos o conteúdo; aqui, a forma.

Na entrevista que nos concedeu, o Padre Jonas Abib reconhece a existência desse invólucro com o qual a Canção Nova procura revestir sua mensagem:

A nossa televisão é evangelizadora, mas ela é uma televisão. (...) O objetivo é evangelizar, mas nós evangelizamos usando aquilo que nós chamamos de linguagem televisiva. Portanto, os nossos programas são formatados televisivamente. (...) Graças a Deus a nossa televisão não perde em qualidade para as outras televisões. Fazemos questão de manter isso. Também tecnicamente, hoje estamos muito bem equipados (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

Entrevistamos também Gilberto Leandro Maia, diretor de programação da TV Canção Nova, visando colher informações sobre o modo como esta é definida e alterada. Perguntamos principalmente: a) Como é definida a programação da TVCN? b) Qual o mecanismo utilizado para medir a audiência? c) Que outros critérios são utilizados na avaliação dos programas? e d) Que elementos estimulam ou determinam mudanças na programação? As respostas de Gilberto foram dadas por escrito e algumas delas eram evasivas e sintéticas. É comum isso acontecer com esse tipo de entrevista ou porque o entrevistado não tem tempo de responder adequadamente e não considera isso uma prioridade, ou porque receia que o pesquisador manipule ou deturpe suas respostas.

Gilberto indicou apenas que a TV Canção Nova tem uma grade de programação fixa e que qualquer alteração é feita numa reunião “com os responsáveis”. Disse ainda que eles não dispõem de nenhum mecanismo para medir a audiência, mas que é possível avaliar quais os programas de maior eficácia mediante as pesquisas realizadas pelo *call center* e através do número de ligações telefônicas recebidas durante a exibição de cada programa. Acrescentou, enfim, que os pedidos dos bispos é o que mais estimula ou determina a mudança de programação.

Suas respostas foram insuficientes para que pudéssemos apreender o modo técnico como a programação da TV Canção Nova se compõe ou se altera.¹⁹ Entretanto, o que mais nos interessa é a forma como efetivamente essa programação aparece e que mecanismos são utilizados pelos cançonovistas para tornar sua mensagem “televisível”. Nesse particular, quatro aspectos dessa *performance* nos parecem essenciais, são eles: estilo e linguagem familiar, tonalidade vibrante e emocionada das pregações, cotidianização dos milagres e ênfase nos depoimentos.

Durante a observação da programação da TV nos impressionou a maneira como os cançonovistas inserem o público no dia a dia da comunidade, colocando no ar não só o que foi “produzido”, mas também acontecimentos internos corriqueiros, relacionados com a vida pessoal dos comunitários ou com os projetos institucionais. Os apresentadores trazem para os seus programas assuntos e acontecimentos que pertencem ao cotidiano da comunidade, chegando a externar experiências íntimas vividas comunitária ou individualmente. Sem dúvida alguma, isso faz parte de um estilo “familiar” de comunicação capaz de aproximar emissores e receptores e que, na TV Canção Nova, atinge seu grau máximo.

¹⁹ Só podemos afirmar que ela é feita em reunião “com os responsáveis”.

A título de exemplo, citamos as falas de Eliana Sá e Dunga em programas exibidos no dia 26 de maio de 2009. Eliana compartilhou um grave problema de saúde de que foi vítima, referindo-se entre outras coisas, à pessoa que cuidou dela quando estava com câncer. Além disso, relatou com detalhes sua recente viagem à Fortaleza. Por sua vez, Dunga não teve nenhum receio em declarar em rede nacional: “Ontem à noite, fui à casa de minhas irmãs de comunidade tomar um caldinho”.²⁰

Outro exemplo aconteceu na missa do dia 29 de maio de 2009, transmitida às 7 da manhã e presidida pelo Padre José Augusto (missionário cançonovista). Naquele dia, a leitura bíblica fazia referência ao encontro do apóstolo Pedro com Jesus após a sua ressurreição. O padre focou a homilia no perdão e na reconciliação, dizendo que “não há reconciliação sem abraço”. Em certo momento, ele começa a falar de si e de suas experiências com a raiva e o perdão, testemunhando que “não estava bem nessa semana” por causa de uma indisposição com alguém, mas que na noite anterior tinha ido abraçar a pessoa.

No programa *Deus proverá* do dia 26 de maio de 2009 a apresentadora disse explicitamente que seu objetivo era mostrar o que está “por trás das câmeras”. Segundo ela, o que é vivido internamente “é muito mais do que o que mostramos na TV”. Disse também que seu programa é um espaço de interação com os sócios, através do qual eles podem entrar em contato direto com a administração da Canção Nova, dando-lhe, inclusive, sugestões sobre como arrecadar recursos.

Chamou-nos maior atenção o que transcorreu no programa *Manhã viva* do dia 29 de maio de 2009. A apresentadora Glória Amaral conversava com duas moças da comunidade que estavam noivas. O diálogo se inicia a partir do depoimento das duas a respeito do modo como vivenciaram a fase de namoro, para elas o “namoro em Deus”. Desenvolvem um raciocínio que privilegia os preceitos católicos quanto à moral sexual, mas acabam admitindo que é importante que o casal sinta atração física antes mesmo do casamento. Nesse ponto, a conversa fica extremamente espontânea e as afirmações passam a ser bastante detalhadas. A impressão que causam é que se esqueceram de que estão na televisão e não na sala de casa.

Essas referências ao cotidiano individual ou comunitário não são eventuais e esparsas, mas uma constante na programação. Quando entrevistam pessoas da própria comunidade, estas falam sem receios daquilo que pertence ao seu dia a dia: funções que exercem, onde moram, com quem namoram ou são casadas, quem são seus filhos ou familiares, para onde viajarão no fim de semana, entre outras coisas. Informações que não deixam de representar

²⁰ Em outro programa, ele chegou a exprimir reações do foro íntimo.

risco para elas próprias, uma vez que o público geral toma conhecimento da vida íntima dos moradores da comunidade. Aliado aos comunicados que fazem a respeito dos recursos financeiros arrecadados, isso oferece um conjunto de informações que coloca em risco a própria segurança dos comunitários, especialmente daqueles que estão em maior evidência.

Num outro programa que observamos, o apresentador refere-se a um sacerdote indicando o local em que ele está hospedado na chácara. Ele diz: “O padre Marcos está conosco aqui na casa dez”. Na chácara tem um grupo de residências numeradas, sendo a casa “dez” muito fácil de ser localizada. Dessa forma, o apresentador coloca à disposição do telespectador uma informação capaz de comprometer a segurança do padre. Pelo menos um episódio já ocorreu na Canção Nova, envolvendo uma tentativa de assalto que resultou na morte de um segurança.

Segundo Carranza (2000, p. 264), “esse estilo familiar e não requintado é uma opção da própria produtora, que se propõe a atingir um público popular e simples como alvo”. Mas a Canção Nova leva às últimas consequências esse estilo, que se constitui também uma estratégia de fidelização, uma vez que ele coloca o telespectador em contato com a vida interna e com os ideais da comunidade. Embora a distância, as pessoas vivem as alegrias e os sofrimentos da Canção Nova, fazendo suas as expectativas institucionais.

Essa maneira de comunicar-se é facilitada pelo fato de que a maioria dos programas é produzida ao vivo. O Padre Jonas Abib diz que isso se tornou uma prática predominante devido à dificuldade técnica que tinham inicialmente de trabalhar com edição de imagens:

Como nós tínhamos muita dificuldade na questão de edição, nós nos aventurávamos a fazer a programação quase toda ela ao vivo. E ficamos tão experimentados em fazer programação ao vivo, que hoje nossa programação é setenta, oitenta por cento ao vivo. O que é um desafio. As outras televisões olham boquiabertas para aquilo que nós fazemos (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

Os programas ao vivo também facilitam a interação. Assim, os telespectadores frequentemente entram no ar pelo telefone ou pela internet e dão depoimentos, compartilhando sua realidade pessoal e seus sofrimentos. Várias vezes os apresentadores procuram responder e animar o participante, apresentando aspectos de sua própria vida que se assemelham à situação pela qual passa o interlocutor. Dessa maneira, eles criam um vínculo emocional que aproxima o fiel da realidade comunitária concreta.

A exemplo do que aconteceu no programa *O amor vencerá* do dia 29 de maio de 2009. Primeiramente, a apresentadora Luzia Santiago acolhe as pessoas presentes no estúdio. Ao iniciar a oração com um salmo bíblico, ela diz: “Ontem eu cheguei em casa e encontrei minha geladeira quebrada”. Volta-se para a câmera e pergunta: “O que aconteceu hoje que te deixou chateado?” Considera a possibilidade de que tenha sido uma situação de desemprego ou problemas familiares e convida todos a louvarem a Deus. Esclarece ainda que aquela oração não se trata de uma fórmula mágica para resolver os problemas, mas de uma maneira de submetê-los a Deus. O programa segue com orações e, na barra de rolagem, inúmeros pedidos de oração que são feitos pelos telespectadores em tempo real.

A capacidade da TV Canção Nova de produzir programas esteticamente atrativos é menor do que a dos canais seculares. Inclusive porque, conforme adverte Carranza (2005, p. 308), “mesmo que existam os programas de entretenimento nas emissoras religiosas, o que realmente pesa na programação é o componente doutrinal e catequético”. Essa limitação obriga os cancionovistas a lançarem mão da criatividade para espetacularizar sua mensagem. É então que envolvem suas pregações em tonalidade vibrante e emocionada, sendo este outro elemento da *performance* midiática da Canção Nova que destacaremos aqui.

Como se sabe, a televisão elimina a interface pessoal, mas provoca um contato emocional. Esse contato pode ser mais ou menos intenso, dependendo do nível de envolvimento subjetivo entre o público e os apresentadores do veículo midiático. Entre as comunidades de vida no Espírito que se utilizam da mídia, a Canção Nova é quem melhor promove esse envolvimento emocional. Trata-se de uma expressão performática, pela qual o catolicismo midiático acessa a tradição, porém pela via da experiência subjetiva e não mais por uma imperiosa imposição atávica (CAMURÇA, 2009).

Os pregadores da Canção Nova atraem o público pelo seu estilo comunicacional vibrante e cheio de emoção. Esse é o invólucro com o qual oferecem um conteúdo doutrinal baseado nos ensinamentos da Igreja e nas inspirações do fundador-profeta da comunidade, o Padre Jonas Abib. É interessante que seja o mesmo conteúdo do catolicismo tradicional rejeitado pela sociedade moderna que, revestido de tom emocional, adquira plausibilidade e aceitação. Dessa maneira, os cancionovistas comunicam aquilo que os preletores tradicionais do catolicismo, com seus discursos racionais e maçantes, não conseguem comunicar, confirmando a hipótese de que os crentes hoje “se deixam mobilizar muito mais pelo sensível e pela emoção do que pelos dogmas e verdades de fé” (STEIL, 2001, p. 123).

Para enfatizar *a forma* da pregação cancionovista, optamos aqui por trazer o exemplo de um de seus pregadores mais evidenciados midiaticamente: Márcio Mendes. Leigo casado e

formado em teologia, Márcio procura pautar sua pregação no confronto entre a espiritualidade e a realidade concreta do sofrimento humano. Um dos seus livros, cujo título é *Quando só Deus é a resposta* (2004), já vendeu mais de 100 mil exemplares.

Consideremos a sua pregação no programa *Sorrindo pra vida* do dia 27 de maio de 2009. Ele lê o texto bíblico de Atos dos Apóstolos 1, 6-8²¹ e, contextualizando o episódio narrado, faz foco no estado de decepção em que se encontravam os discípulos de Cristo após sua morte. Em seguida, compara esse estado às situações cotidianas de decepções. Essa preocupação de vincular os acontecimentos bíblicos àqueles da vida concreta é uma constante na pregação dos cançãovistas e responde à necessidade das pessoas de encontrar soluções imediatas para os problemas concretos.

Márcio usa comparações e metáforas, fazendo ênfases discursivas nos pontos em que sua pregação se aproxima mais da realidade cotidiana das pessoas. Sua fala é envolvente, tanto mais pelo fato de ser acompanhada por um fundo musical suave. Ele diz que as reuniões da Renovação Carismática, onde ocorrem curas e milagres, são emotivas e gostosas porque isso é uma consequência de algo “mais profundo”: o batismo no Espírito Santo.

A pregação é seguida de orações, cantos e proclamações de curas. Essas práticas exprimem a tentativa de comprovar, imediatamente após o anúncio, que aquilo que foi dito a respeito da ação do poder de Deus é realmente verdade. Dizer que Deus faz milagres não é suficiente para os cançãovistas. É necessário provar isso através da realização de sinais. Assim, também fazem parte de sua *performance* midiática a oração por curas e milagres e uma atitude expectante diante da possibilidade de que Deus intervenha na vida cotidiana deles próprios e dos telespectadores.

Alguns autores consideram que a Canção Nova, assim como outras instituições religiosas, transforma aquilo que seria em princípio intervenções extraordinárias do poder divino, em algo rotineiro, que faz parte da vida cotidiana (CARRANZA, 2005; BIRMAN & LEHMANN, 1999). De fato, os cançãovistas frequentemente referem-se a acontecimentos corriqueiros como sendo “milagres”. A nosso ver, esse é o invólucro midiático com o qual a Canção Nova transmite a ideia da ação da “providência de Deus”. Ela tem origem na pregação do Padre Jonas Abib, que considera o seu próprio nascimento como “um milagre”. Em sua autobiografia, ele escreve: “Milagres. Pequenos ou grandes. Milagres. A consciência de estar vivo todos os dias. A consciência de conseguir driblar as adversidades. Os pequenos

21 “Os apóstolos estavam reunidos e lhe fizeram esta pergunta: 'Senhor, será que é agora o tempo em que vais restabelecer o Reino para Israel?'. Ele lhes disse: 'Não vos compete conhecer os tempos e os momentos que o Pai fixou por sua própria autoridade; mas recebereis uma força, a força do Espírito Santo que virá sobre vós; e sereis então minhas testemunhas em Jerusalém, em toda a Judéia e Samaria, até as extremidades da terra'”.

acidentes que podem ser fatais. Os grandes acidentes dos quais saímos intactos. Sobreviver. Viver!” (CHALITA, 2008, p. 51).²²

É também na autobiografia do Padre Jonas, intitulada *Eu acredito em milagres* (2008), que vários fatos da história da comunidade são referidos como “milagres”. O sacerdote fundador da Canção Nova chega a afirmar: “A cada semana era praticamente um milagre que acontecia” (CHALITA, op. cit., p. 242). O próprio conhecimento filosófico é interpretado como um caminho para dar maior crédito aos milagres: “Filosofia é um rico caminho pelo conhecimento, a busca da razão, um instrumento essencial para fundamentar melhor o nosso repertório. Era preciso conhecer mais, para acreditar ainda mais nos milagres que nos rondavam todos os dias” (CHALITA, op. cit., p. 94).

A oração por curas e a expectativa por milagres acompanham todo o trabalho evangelizador midiático da Canção Nova. Os temas religiosos são abordados geralmente à luz dessa possibilidade. As pessoas que interagem na maioria dos programas pedem graças ou dão depoimentos sobre como as alcançaram através da TV. A própria dimensão da conversão religiosa aparece frequentemente associada a esses supostos sinais.

O *Terço da Misericórdia* é um dos programas que mais explora esse aspecto.²³ Geralmente apresentado por Eliana Sá, utiliza a oração para alcançar curas e graças. O cenário do programa tem uma grande cesta, chamada “cesta da misericórdia”, onde são colocados os pedidos de oração dos telespectadores. Durante sua exibição, o SMS não para e são lidas várias cartas que pedem orações, curas e milagres. Num dos programas *Terço da Misericórdia*, Eliana referiu-se a uma visita que fez à Palestina, no lugar onde a mãe de Jesus o teria amamentado. Ali, segundo ela, caiu uma gota do leite de Nossa Senhora, as pedras ficaram brancas e aconteceram muitos milagres, principalmente beneficiando mulheres que não conseguiam engravidar.

Carranza (2005, p. 336) adverte que esse tipo de comportamento torna os milagres coisas banais, pois uma vez corriqueiros, “podem ser controlados segundo a fidelidade do crente; com isso a imprevisibilidade, a surpresa, o extraordinário fica de lado, perdendo-se na retórica discursiva”. Além disso, a nosso ver, a divulgação de milagres funciona como demonstração de força, ao que sucede a requisição de que isso ocorra com a máxima frequência possível, sob pena de comprometer a veracidade religiosa da instituição. Esse tipo

22 Na realidade, a autobiografia do Padre Jonas foi escrita pelo filósofo e educador Gabriel Chalita; porém, Chalita escreveu tudo em primeira pessoa, como se fosse o próprio padre narrando.

23 O “Terço da Misericórdia” é uma oração em que a pessoa se utiliza do rosário tradicional, porém recitando outras fórmulas que não a Ave-Maria e o Pai-Nosso. A principal delas é: “Pela vossa dolorosa paixão, tende misericórdia de nós e do mundo inteiro”.

de situação pode fazer com que os acontecimentos sejam supervalorizados, para se tornarem extraordinários, uma vez que a publicidade de acontecimentos assim se torna mais necessária do que sua própria ocorrência.

Os cançãovistas preocupam-se em atestar esses milagres mediante os *depoimentos*. A eles se dá particular ênfase, sendo grande o número de testemunhos divulgados pela televisão. O modo como esses depoimentos vão ao ar denota mais um aspecto da *performance* cançãovista, o último ao qual nos referiremos aqui.

Segundo Carranza (2005), a exibição de sentimentos espetacularizados é um caminho que a televisão encontrou para fazer do público o protagonista, com a diferença de que quem participa não representa, mas *apresenta* sua própria realidade. Sob esta ótica, os telespectadores se transformam em apresentadores do seu próprio drama e essa espetacularização da dor e da aflição seria uma estratégia performática pertencente à própria lógica interna dos programas religiosos.

Mas não é apenas o drama do telespectador que sofre certa dose de espetacularização. A própria ação da divindade recebe o mesmo invólucro. A maneira como se coloca em relevo, bem como a tonalidade com que se faz alusão ao milagre e ao *momento exato* em que Deus age, podem transformar um evento corriqueiro num espetáculo agradável aos olhos e aos ouvidos. Nesse caso, conta não só a fala do telespectador, mas o modo como o apresentador conduz esse depoimento mediante perguntas e ênfases. Através desses depoimentos é também reforçada a legitimidade da instituição como “obra de Deus”, não raras vezes servindo de ponte para a requisição de doações financeiras.

Carranza (op. cit., p. 330) chega a dizer que “a dramatização da dor não deixa de ser um entretenimento barato, esteticamente pobre, ideologicamente conformista”. Sua visão é contundente e, sob algum aspecto, pessimista, pois se por um lado esses testemunhos podem provocar ilusões quanto à realidade, por outro, podem funcionar como instrumentos de motivação capazes de encorajar as pessoas a vencerem suas próprias dificuldades. Esse tipo de desempenho responderia à demanda presente na sociedade contemporânea que requisita soluções pontuais em vez de proposições de mudanças estruturais.

Ainda assim, a espetacularização dos depoimentos na TV Canção Nova é menos explorada do que nos programas televisivos neopentecostais. A forma como manipulam ou direcionam os fatos é sóbria, embora procurem sempre destacar os aspectos que reforçam a visão de mundo da instituição. Além disso, enquanto nos depoimentos neopentecostais a prosperidade financeira é o objeto preferido, na Canção Nova são privilegiadas as curas,

graças alcançadas e supostas conversões. Os apresentadores também dão destaque às ações de telespectadores em benefício da manutenção da TV.

Alguns autores têm visto nesse comportamento religioso, uma prática assemelhada com o catolicismo popular, uma espécie de pentecostalização desse tipo de catolicismo. Segundo eles, nas experiências religiosas como as da Canção Nova estariam reemergindo um catolicismo laical, milagreiro e não teologizado, que se expressa também por meio das diversas publicações com a intenção de ajudar o povo católico a manter viva a identidade do catolicismo devocional. A centralidade da emoção também perpassaria esses dois universos religiosos (CARRANZA, 2009; SILVA, 2009; STEIL, 2001).

Na nossa percepção, as práticas da Canção Nova aproximam-se do catolicismo popular na medida em que lançam mão das tradições, simbologias e recursos inerentes a este. As orações de terços, novenas e pedidos de milagres seriam sintomas dessa proximidade. Contudo, para afirmar que existe uma maior semelhança seria necessário medir as expectativas de quem consome os serviços religiosos da Comunidade, especialmente daqueles que contribuem financeiramente para com ela. Isso porque um dos recursos que melhor expressam a religiosidade popular católica são as “promessas” feitas para se obter graças. Perguntaríamos, então: aqueles que contribuem com a Canção Nova o fazem esperando obter retorno em forma de graças? Até onde pudemos observar, essa não seria a maior motivação dos sócios para contribuir financeiramente com a TV. Além disso, ao contrário do catolicismo popular, o carisma da Canção Nova dispensa a intermediação dos santos.

Enfim, explorando esses e outros elementos performáticos, diríamos que a TV Canção Nova envolve em linguagem midiática relativamente espetacularizada a mensagem da qual é portadora. Essa mensagem é percebida pelos telespectadores, especialmente por aqueles que se tornam sócios, como algo realmente vivido e com o qual se identificam. A forma virtual de vivenciar a espiritualidade por ela estabelecida pode, legitimamente, ser qualificada como “relações comunitárias midiáticas”. É exatamente sobre isso que discutiremos a seguir.

4. Os sócios da Canção Nova

A Comunidade Canção Nova conta hoje com cerca de 600 mil sócios.²⁴ Eles são cadastrados pela Fundação João Paulo II e recebem mensalmente uma revista, que constitui em um veículo de comunicação exclusivamente com eles. Inicialmente pequeno, o número de sócios cresceu proporcionalmente à expansão midiática.

Desde o início de nossa pesquisa, sabíamos que esse era o segmento que mais nos interessava, uma vez que partimos da hipótese de que é graças aos sócios fidelizados que a Canção Nova se constitui, também, como uma “comunidade midiática”.

No decorrer do trabalho empírico, os dados colhidos demonstraram que os sócios se distinguem substancialmente daquilo que poderíamos qualificar de “público consumidor” da Canção Nova.²⁵ Enquanto este se caracteriza pela efemeridade e fragilidade dos laços, aquele adquire “sentido de pertença” e compartilha maiormente dos valores comunitários veiculados pela TV.

O público consumidor da Canção Nova se compõe em larga medida de pessoas não sócias e conta com um percentual de jovens bastante significativo. Por outro lado, os sócios (cujo perfil médio indicaremos logo adiante) são em sua maioria adultos cujo consumo de eventos tende a ser mais moderado e a compra de produtos mais motivada pelo desejo de contribuir com a missão institucional da comunidade.

Na Canção Nova “há um amplo conjunto de produtos e artigos religiosos que são ofertados tendo em vista o interesse de seus telespectadores” (BRAGA, 2006, p. 5). Esse mercado se gera a partir da própria ação religiosa e midiática e se constitui numa significativa possibilidade de arrecadação financeira. Ele é tão evidente que, se não fosse aproveitado pela Canção Nova, seria por setores empresariais, como é o caso do ramo hoteleiro que, em Cachoeira Paulista, transformou-se em uma das principais fontes de renda para os munícipes em geral.

Os produtos e eventos da Canção Nova são divulgados constantemente na televisão. Nos programas, eles estão sempre em evidência, como se fosse uma vitrine midiática. Não raras vezes, os apresentadores “dão um jeito” de vincular o que está sendo dito com o conteúdo dos livros e CDs apresentados. Nas entrevistas, fazem perguntas com a nítida

24 A *Revista Canção Nova* de novembro de 2008 informa que são exatamente 671.356 sócios. No mesmo ano, a própria Fundação nos forneceu o número 567.641. Tudo indica que há oscilações que giram atualmente em torno de 600 mil.

25 Neste estudo, denominamos “consumidor” aquele que usufrui dos serviços religiosos oferecidos pela Comunidade Canção Nova, mantendo com a instituição uma relação marcadamente frouxa de compromisso.

intenção de que o desfecho da resposta possibilite a alusão ao produto ali exibido em destaque.

O incentivo ao consumo se esconde sob a prerrogativa de “alimentar-se da Palavra de Deus”. Conforme se constata implícita ou explicitamente nas falas dos apresentadores da TV Canção Nova, para eles a compra dos produtos e os gastos com eventos se constituem numa espécie de meio, pelo qual o fiel adquire instrumentos com a finalidade de crescer na fé. Braga (2004, 2006) adverte que para os cançonovistas, a TV não é um empreendimento comercial, mas algo que eles entendem ser parte de uma missão cujo escopo é a evangelização. Por isso, os gastos com os produtos e serviços da Canção Nova podem ser vistos como um “consumo sem consumismo”, que deixa sem culpa quem vende e quem compra. A prática não é interpretada como “consumista”, posto que está revestida de significado religioso e inserida no contexto da “missão” da comunidade.

Foi analisando as pesquisas feitas nos eventos em Cachoeira Paulista e confrontando esses dados com aqueles recolhidos em nossa pesquisa postal com os sócios (*Pesquisa UFCG sócios*) que pudemos distinguir estes dois tipos de público com os quais a Canção Nova lida: “consumidor” e “sócios”. A título de exemplo, citamos uma informação colhida da “pesquisa de opinião pública” realizada pela agência MIND nos dias 04 e 05 de dezembro de 2004, por ocasião do *Hosana Brasil*.²⁶

Na referida pesquisa, 38,6% dos respondentes foram jovens entre 16 e 24 anos. Somados aos da faixa etária 25-34 anos, o percentual sobe para 59,7%. Em matéria de idade, esse é o segmento majoritário nesta e em praticamente todas as pesquisas realizadas em eventos que verificamos. Algumas vezes os de faixa etária até 25 anos atingem os 50%. As informações diferem substancialmente dos dados colhidos somente entre os sócios. Nas pesquisas com estes, a maioria das pessoas tem 45 anos ou mais.

Na mesma “pesquisa de opinião pública” da agência MIND, apenas 30,6% dos respondentes se declararam sócios da Canção Nova, confirmando a distinção que existe entre os dois públicos. A maioria dos participantes dos eventos é de não sócios. Durante estes, os programas da TV fazem fleches ao vivo e os apresentadores sempre perguntam às pessoas se elas são sócias. Muitas ficam sem graça ao dizer que não. Outras dizem que ajudam “comprando os produtos”. Não se pode descartar a possibilidade de que algumas digam que

26 O *Hosana Brasil* é um dos maiores eventos realizados anualmente em Cachoeira Paulista. Na pesquisa, foram feitas 600 entrevistas (eliminados os pré-testes e resíduos amostrais), com idade de corte de 16 anos. A agência justificou esse corte indicando que “as idades abaixo desse patamar poderiam ter dificuldades de manifestar opinião sobre alguns dos temas abordados”. A margem de erro máxima é de quatro pontos percentuais para mais ou para menos.

sim, sem serem, para não se sentirem constrangidas diante das câmeras. Implícito nessas respostas está o nível de relação estabelecida com a Canção Nova, que não passa de relações de consumo religioso.

Por outro lado, a mesma agência MIND realizou no primeiro trimestre de 2005 uma pesquisa *com os sócios* da Canção Nova (*Pesquisa MIND sócios*) e incluiu no questionário a seguinte pergunta:²⁷ “Com que frequência você compra os produtos do DAVI?”.²⁸ Vejamos os resultados:

Sempre (pelo menos uma vez por mês) – 7,4%

De vez em quando (tem mês que compra, tem mês que não compra) – 27%

Raramente (poucas vezes por ano) – 34,6%

Nunca compra – 30,9%

Notemos que 65,5% dos sócios nunca compram ou só compram raramente algum produto do DAVI. Isso demonstra que os sócios não são potencialmente grandes consumidores dos produtos oferecidos pela comunidade, até porque a maioria é de baixa renda e a Canção Nova não oferece uma política de facilitação de crédito.²⁹ Mas não apenas por isso. A principal razão é que os sócios da Canção Nova estão fidelizados a ela mediante outra lógica, que é a lógica do *compromisso*. Esse compromisso é com Deus e com a comunidade como “um projeto de Deus”. O compromisso é um princípio comportamental mais próximo das relações de tipo comunitário, que exigem maior nível de envolvimento subjetivo e sentido de pertença, para além de uma afinidade meramente consumista.

Esse “sentido de pertença” e compromisso comunitário não encontramos no público consumidor. O perfil deste estaria mais próximo daquela categoria de participantes da Canção Nova identificada por Oliveira (2003): frequentadores que buscam desfrutar temporariamente

27 Amostra de 3000 formulários que haviam sido encartados na Revista Mensal da Fundação João Paulo II e encaminhados aos sócios pelo correio com selo para retorno. A confiabilidade estatística, segundo a empresa que realizou a pesquisa, é de 2% para mais ou para menos. Sempre que nos referirmos a essa pesquisa, usaremos a terminologia “Pesquisa MIND sócios”.

28 O “DAVI” é o Departamento de Áudio Visuais da Canção Nova, setor responsável pela comercialização dos produtos de evangelização da comunidade.

29 Foi a mesma *Pesquisa MIND sócios* que detectou a renda familiar dos sócios da Canção Nova: Até 2sm – 32%; De 2 a 5sm – 34,9%; De 5 a 10sm – 16,8%; De 10 a 20sm – 7,4%; Acima de 20sm – 2,7%; Não sabe/não respondeu – 6,2%. Notemos que 66,9% dos sócios da Canção Nova têm renda familiar de até cinco salários. Essas pessoas podem ser consideradas de baixo/médio poder aquisitivo. Elas estão de acordo com o perfil do brasileiro de classe média baixa, que são pessoas que, para sobreviver, exercem controle rigoroso sobre suas contas e costumam comprar no crediário. Por outro lado, a nossa *Pesquisa UFCG sócios* apontou que 53,3% dos sócios dispõem de cartão de crédito.

do sagrado e que desejam uma vivência religiosa desinstitucionalizada. Segundo essa autora, eles “admitem que possuem vínculos frouxos ou mesmo nenhum vínculo com a instituição católica, às vezes assumindo a recusa por um pertencimento a qualquer instituição, a fim de valorizar a manifestação e a experimentação do sagrado em religiões diferentes” (OLIVEIRA, op. cit., p. 125).

A respeito da distinção entre público consumidor e sócios da Canção Nova, podemos fazer o seguinte paralelo:

TABELA I – Distinção entre sócios e consumidores da Canção Nova

	CONSUMIDOR	SÓCIOS
PERFIL ETÁRIO	Maioria jovem	Maioria adulta
MOTIVAÇÃO DE CONSUMO	Benefício pessoal	Contribuição
RELAÇÃO PREDOMINANTE	Consumo Efemeridade	Sentido de pertença Compromisso
MEIO PREDOMINANTE	Eventos	TV

Não é com o público consumidor que a Canção Nova se constitui uma “comunidade midiática” e sim com seus sócios. Por essa razão, em nossa pesquisa, preocupamo-nos principalmente com este segmento e com ele aplicamos uma pesquisa postal, cujo objetivo era determinar seu perfil e caracterizar os tipos de relação estabelecidos com a comunidade. Em agosto de 2009, enviamos 25 mil questionários encartados na *Revista Canção Nova*, dos quais retornaram cerca de 1500. Optamos por trabalhar com uma amostra de 1111 questionários, amplitude que nos assegura uma margem de erro de apenas três pontos percentuais para mais ou para menos.³⁰

Os questionários foram enviados para sócios dos seguintes estados: São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás e Ceará. O contingente de sócios presentes nesses Estados representa 66% do número total. Os estados foram escolhidos conjugando os seguintes critérios: número de sócios, proximidade/distância geográfica e

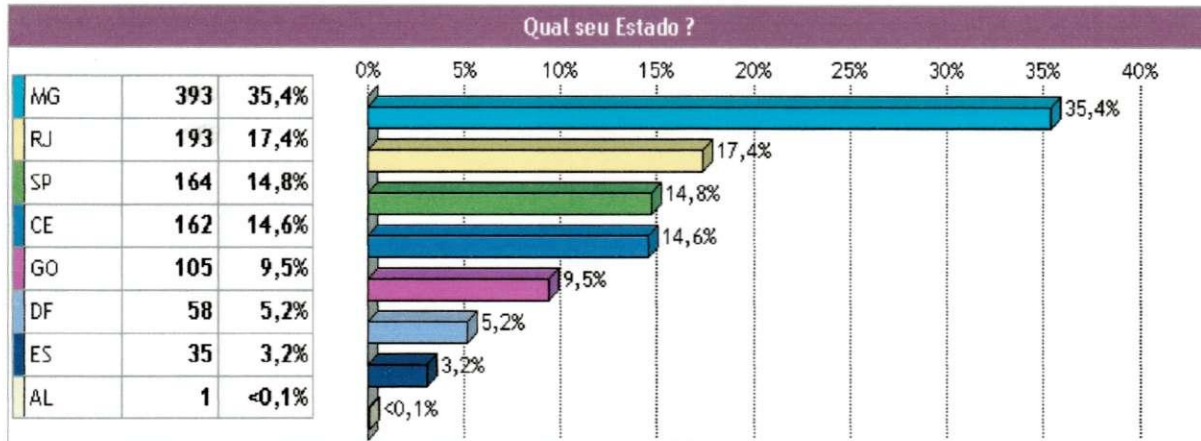
³⁰ Cf. ARKIN, H. COLTON, R. Tables for statisticians. In. FELIPPE JUNIOR, Bernardo de. *Marketing*, 2 ed., rev., ampl. Brasília: SEBRAE, 1995, p. 21.

facilidade de encarte. Aludiremos a essa pesquisa utilizando a terminologia “Pesquisa UFCG sócios”.

Medimos inicialmente o perfil dos sócios. Vejamos os resultados:

a) Quanto à residência

TABELA II – Residência dos sócios



Em princípio, essa informação não nos interessava, pois é possível ter acesso a ela mediante o cadastro da Fundação João Paulo II. Entretanto, optamos por separar os questionários por estado e oferecer um percentual de retorno. A maior quantidade de questionários recebida veio do estado de Minas Gerais (35,4%). Uma vez que eles não foram com selo pré-pago para retorno, isso pode ser tomado como maior nível de fidelização dos sócios mineiros em relação aos dos outros estados.

b) Quanto ao sexo, idade, estado civil e grau de escolaridade

TABELA III – Sexo dos sócios

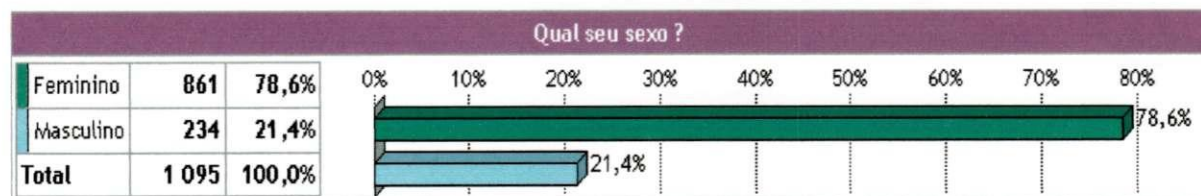


TABELA IV – Idade dos sócios

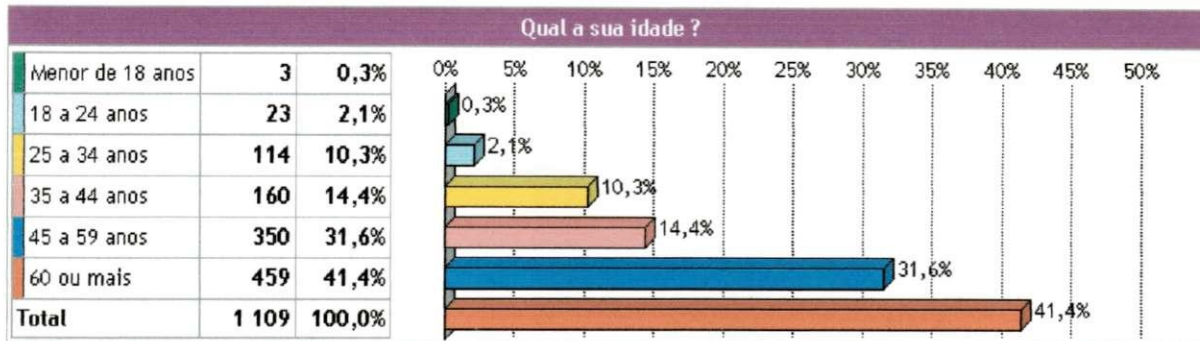


TABELA V – Estado civil dos sócios

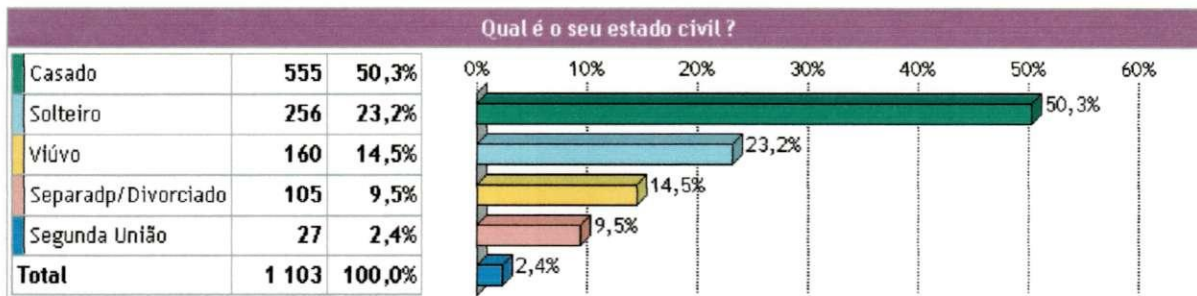
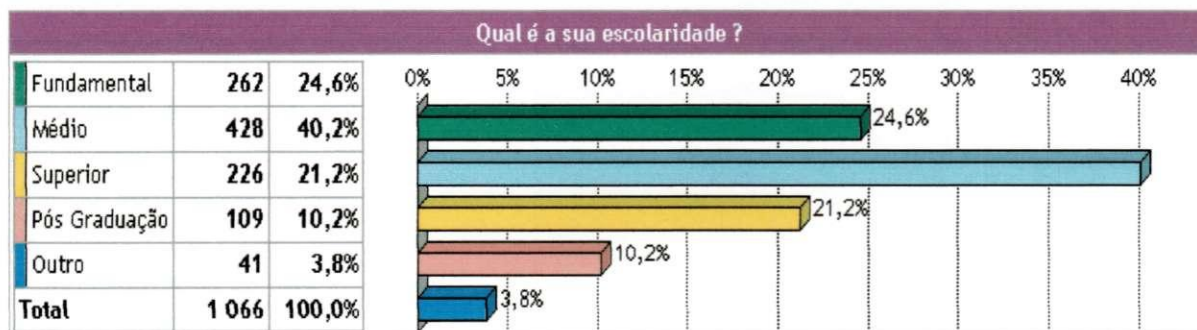


TABELA VI – Escolaridade dos sócios



A maior parte dos sócios da Comunidade Canção Nova é do sexo feminino (78,6%), acima de 45 anos (73%) e com escolaridade até ensino médio (64,8%). Este seria, por assim dizer, o perfil médio do sócio da Canção Nova: mulher adulta, casada ou viúva, com grau de escolaridade mediana.³¹ Contudo, o percentual de pessoas com escolaridade superior pode ser considerado alto (31,4%), indicando uma tendência à diminuição da relação inversamente proporcional entre escolaridade e religião.

³¹ Metade dos sócios é casada (50,3%); há um percentual significativo de viúvos (14,5%) e de casais de segunda união (9,5%).

O percentual de jovens abaixo de 25 anos é muito pequeno (2,1%), indicando que esse segmento etário constitui-se mais como público consumidor da Canção Nova do que como membros com algum grau de sentido de pertença a ela. Essa conclusão redonda do confronto entre as informações colhidas com os sócios e aquelas oriundas das pesquisas com os participantes dos eventos em Cachoeira Paulista.

Fizemos um cruzamento para obter os percentuais de idade, estado civil e escolaridade apenas das mulheres, uma vez que elas são maioria entre os sócios (78,6%). Destacamos que: a) 42,7% dessas mulheres têm 60 anos ou mais e 32,7% estão entre 45 e 59 anos; b) 47,1% são casadas e 17,4% viúvas; c) 65,5% estudaram até, no máximo, ensino médio. Os índices desse segmento majoritário não diferem substancialmente dos índices gerais.

A quantidade de pessoas acima de 60 anos é muito alta (41,4% geral e 42,7% no segmento majoritário). Considerando que a expectativa de vida dessas pessoas é reduzida em relação às outras de menos idade, é possível indicar que, caso não haja a reposição desses membros a curto/médio prazo, a estrutura comunitária e financeira da Canção Nova pode entrar em colapso ou pelo menos sofrer substancial abalo. Não há como, mediante a presente pesquisa, mensurar a capacidade dessas pessoas de influenciar os membros de suas famílias a dar continuidade à contribuição. A julgar pela tendência social de afrouxamento dos laços familiares e maior autonomia individual, essa capacidade é muito pequena.

Comparemos essas informações quanto à idade com aquelas apreendidas pela *Pesquisa MIND sócios*:

TABELA VII – Idade dos sócios (comparativo)

FAIXA ETÁRIA	PESQUISA MIND (2005)	PESQUISA UFCG (2009)
Menos de 24 anos	8,70%	2,50%
Entre 25 e 34 anos	21,80%	10,30%
35 a 44	22,90%	14,40%
45 a 59	27,30%	31,60%
60 ou mais	19,30%	41,40%

A diminuição dos percentuais das três primeiras faixas e o aumento daqueles das duas últimas revelam um envelhecimento dos sócios. Em apenas quatro anos, o percentual de

sócios com 60 anos ou mais subiu em 22 pontos. Não por acaso, essa foi uma das informações que nos pareceu causar maior reação nos líderes cançãovistas quando lhes apresentamos o relatório de pesquisa.³²

Outrossim, o perfil escolar dos sócios da Canção Nova é aquele que mais facilmente converge com o tipo de mensagem por ela veiculada: conteúdo em linguagem simples e comunicativa, emocional, porém melhor elaborada teologicamente do que a mensagem dos neopentecostais.

5. As relações entre a TV Canção Nova e seus sócios

É especialmente com os sócios que a Comunidade Canção Nova estabelece relações que podem ser qualificadas como “comunitárias midiáticas” porque se processam sobretudo por meio de mídias, formando uma rede de interações em conformidade com as demandas da sociedade contemporânea.

A Canção Nova dispõe de um verdadeiro sistema de comunicação, combinando várias mídias, o que certamente facilita a interatividade. Padre Jonas Abib entende que esse sistema lhes foi confiado de modo sobrenatural:

Deus nos colocou nas mãos um verdadeiro arsenal para evangelizar pelos meios modernos de comunicação. É verdade que os meios são apenas meios, e o essencial é evangelizar; mas vemos que Deus nos quer, também, cada vez mais *adestrados*, para usar estes meios para evangelizar. Hoje, Deus colocou em nossas mãos um verdadeiro Sistema Canção Nova de Comunicação Social (*Nossos Documentos* apud SILVA, 2009, p. 237).

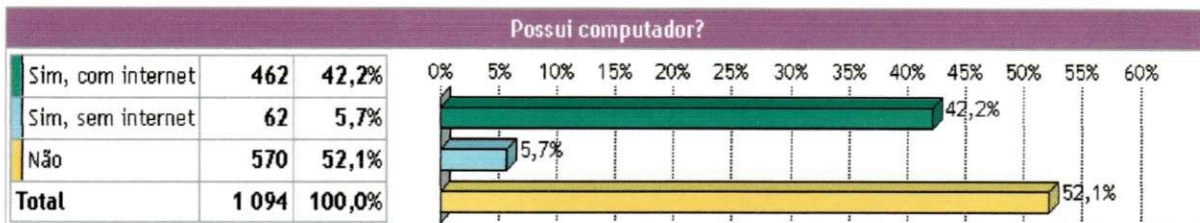
Em matéria de uso dos meios de comunicação, para os cançãovistas “o céu é o limite”.³³ Na trilha das tendências contemporâneas, essas mídias estão cada vez mais conectadas entre si, através principalmente da utilização dos recursos da internet e da telefonia móvel. A conexão também tem sido mais facilitada pelo fato de ter aumentado a

32 Como uma maneira de “dar satisfação” de nossas idas e trabalho a Cachoeira Paulista, sugerimos fazer uma exposição dos dados colhidos na pesquisa postal. O Setor de Marketing organizou de modo muito eficiente essa apresentação. Durante uma hora e meia, exibimos e interpretamos os dados para um público de aproximadamente 35 pessoas, composto de responsáveis ou representantes dos diversos setores da Fundação João Paulo II (administrativo, financeiro, eventos, marketing, TV, etc).

33 *Revista Canção Nova*, n. 86, p. 12.

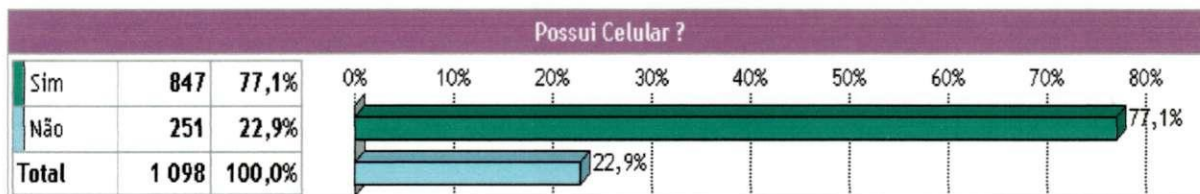
quantidade de sócios que dispõe de acesso à internet em casa, conforme pudemos verificar através da *Pesquisa UFCG sócios*:

TABELA VIII – Sócios com acesso à internet



O percentual de pessoas que possuía acesso à internet em casa, na *Pesquisa MIND sócios* (2005) era de 18%. Houve, portanto, um aumento de 24 pontos percentuais. A *Pesquisa UFCG sócios* também detectou que 77,1% dos sócios possuem celular, conforme tabela abaixo:

TABELA IX – Sócios com celular



Entre as televisões católicas, a Canção Nova costuma sair na frente na utilização de novos recursos midiáticos para interação com seus telespectadores. O SMS é usado em praticamente todos os programas ao vivo.³⁴ As pessoas enviam mensagens através do celular, ao custo de trinta e um centavos cada, que são colocadas no ar através de uma barra de rolagem abaixo no vídeo. Por outro lado, a Canção Nova oferece também um serviço de mensagens ao telespectador: “Receba mensagens do monsenhor Jonas no seu celular”, anunciam pela TV. Nesse tipo de anúncio, o custo não é divulgado.

As diversas mídias conectadas fazem da Canção Nova um verdadeiro “sistema” de comunicação. Contudo, a televisão é o seu principal veículo. É sobretudo através dela que se

³⁴ A *Revista Canção Nova* (n. 100, p. 14) informa que “mais de 10 programas da TV utilizam o SMS para promover a interatividade e oração, formando uma rede de relacionamento e intercessão”. Informações a respeito do modo como a Comunidade Canção Nova explora comercialmente essa mídia podem ser encontradas em www.cancaonova-mobile.com.

estabelecem as relações com os sócios. Podemos afirmar que as outras mídias, inclusive a revista (cujo teor analisaremos mais adiante), funcionam como mídias complementares à TV, reforçando ainda mais sua capacidade de construir laços comunitários.

Conforme a proposta desta tese, na análise do seu objeto empírico, interessam-nos principalmente as relações midiáticas estabelecidas entre a Comunidade Canção Nova e seus sócios. Constatamos que o veículo principal por meio do qual essas relações se constroem é a televisão e que elas podem ser qualificadas de “relações comunitárias midiáticas”, pelo fato de serem marcadas por alto nível de identificação, sentimento de pertença e compromisso. Podemos afirmar que nossa hipótese foi confirmada: a Canção Nova estabelece com uma parcela significativa de seus telespectadores relações que se aproximam do tipo “comunitárias” e que são sustentadas midiaticamente e, nesse sentido, ela se constitui uma “comunidade midiática”. Apresentaremos a seguir os dados e a argumentação referente a essa constatação.

Na *Pesquisa UFCG sócios*, perguntamos como cada sócio conheceu a Canção Nova e quantas vezes já a visitou em Cachoeira Paulista. Nossa intenção era verificar por qual via principal a comunidade se tornou conhecida e se as relações presenciais com os sócios são determinantes no processo de envolvimento destes com ela. Vejamos os resultados:

TABELA X – Como os sócios conheceram a Canção Nova

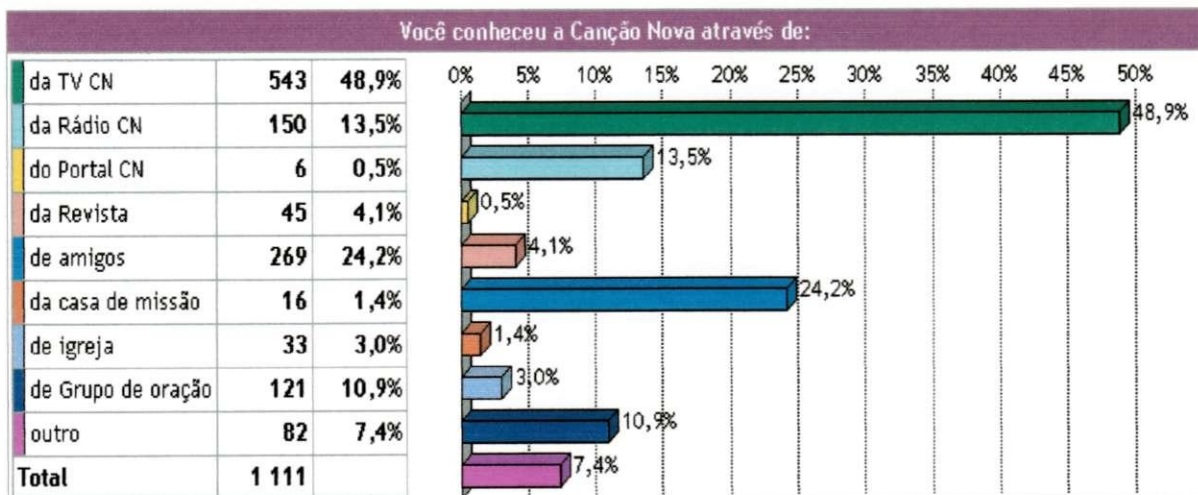
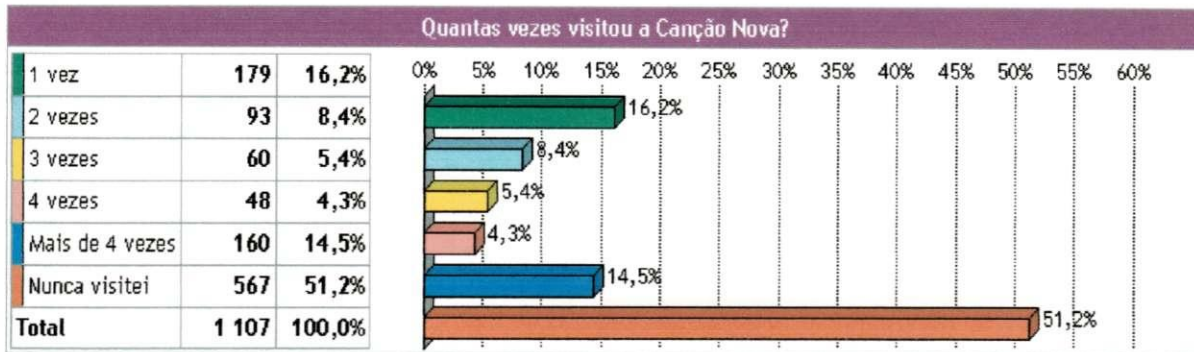


TABELA XI – Visitas dos sócios à Canção Nova



Diríamos que as tabelas X e XI confirmam nossa suposição de que a relação entre a Comunidade Canção Nova e seus sócios é construída predominantemente por via midiática, visto que metade deles nunca visitou a sede em Cachoeira Paulista e a maioria conheceu-a através da TV. Os dados corroboram as informações colhidas pela *Pesquisa MIND sócios* (2005), em que 54,4% dos sócios declararam nunca terem visitado Cachoeira Paulista.

Segundo essa mesma pesquisa realizada pela agência MIND, a difusão da comunidade por meio de “casas de missão” é quase irrelevante quando comparada com a TV, indicando que a vinculação das pessoas à Canção Nova não depende, como para as outras comunidades, da chegada de missionários no local de residência dessas pessoas. Somente na Bahia e no Paraná o índice daqueles que conheceram a comunidade por meio dos missionários excede 3%: 5,95% e 3,18% respectivamente. O índice é zero no Acre, Mato Grosso, Paraná, Amazonas, Mato Grosso do Sul, Roraima, Piauí, Maranhão, Paraíba, Minas Gerais, Ceará, Tocantins, Espírito Santo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Distrito Federal e Alagoas.

É de se supor que a comunidade midiática Canção Nova responda às expectativas não correspondidas pela comunidade territorial e/ou pelas expressões religiosas presenciais, pois ao conhecê-la, muitas pessoas *se identificam* com seu “jeito de ser”. A *identificação* e a *projeção* são dois mecanismos psicológicos pelos quais o receptor se integra emocionalmente ao objeto da informação, ambos bastante comuns na recepção da mídia religiosa (MARTINO, 2003). Se isso pode ocorrer na audiência de qualquer canal, mais facilmente acontece com aqueles que assistem à TV Canção Nova porque o que está sendo transmitido são os valores da própria comunidade e não uma mensagem produzida artificialmente. Podemos supor que as pessoas que se sentem atraídas por essa mensagem têm uma maior sensação de que estão não apenas dando atenção às imagens, mas recebendo a atenção dos apresentadores e com eles compartilhando uma filosofia de vida.

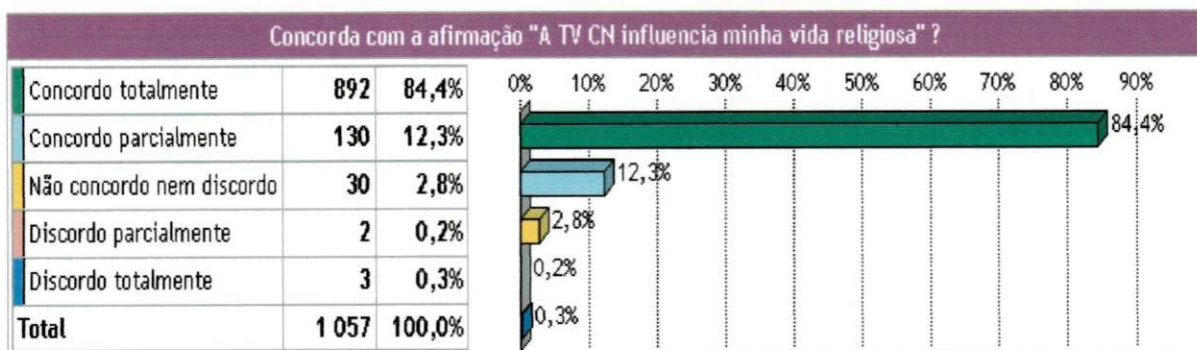
Quando comparamos as televisões católicas entre si, observamos que a TV Canção Nova se distingue de suas similares justamente por conseguir dos seus telespectadores um maior nível de identificação. Na entrevista que nos concedeu, o Padre Jonas declara enxergar essa maior projeção da TVCN, acrescentando o seguinte comentário:

Um *expert* em marketing esteve conosco dando um curso de marketing. No final, ele perguntava: o que vocês têm de mais precioso? Usando sua nomenclatura, ele perguntava qual era o nosso 'produto'. Nós fomos falando. Quando terminamos, ele disse: 'Tudo o que vocês disseram é belo. Mas [o grande produto de vocês] é que vocês oferecem um Deus vivo e vivido por vocês. A comunidade de vocês vive isso'" (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

A percepção daquele especialista em marketing é a mesma que tivemos ao observar a Comunidade Canção Nova em sua vida interna e através da televisão: o que ela apresenta midiaticamente é aquilo que é “vivido” internamente. Esse elemento possibilita que a interação com os telespectadores seja mais intensa. Segundo o Padre Jonas, as pessoas absorvem aquilo que é *partilhado* pela comunidade através da televisão e isso as atrai.

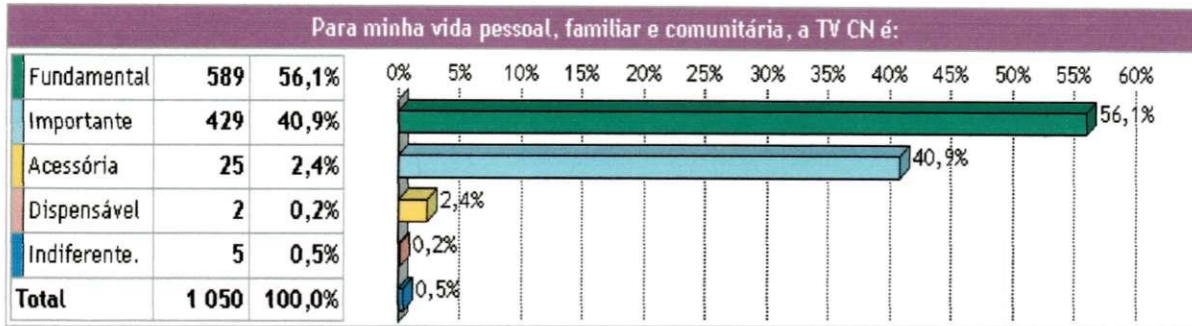
A *identificação* que os sócios adquirem com a comunidade é o primeiro elemento que os converte em “membros midiáticos”.³⁵ Ela se manifesta através da intensidade com que esses sócios absorvem a ideologia da Canção Nova em suas vidas particulares. Embora não controle as vidas de seus sócios, a TV Canção Nova as influencia significativamente, conforme também pudemos verificar na *Pesquisa UFCG sócios*, na qual inserimos duas perguntas com a intenção de medir o nível de influência da TVCN na vida religiosa e pessoal dos sócios. Os resultados foram os seguintes:

TABELA XII – Influência da TV Canção Nova na vida religiosa dos sócios



35 Os outros dois são o “sentido de pertença” e o “compromisso fidelizado”, sobre os quais nos referiremos mais adiante.

TABELA XIII – Influência da TV Canção Nova na vida pessoal dos sócios



Quase 85% dos sócios concordam *totalmente* com a afirmação de que a TV Canção Nova influencia sua vida religiosa. No que concerne à vida pessoal, familiar e comunitária, 56,1% dos sócios consideram a TVCN *fundamental*. A concentração maciça das respostas nestas expressões pode denotar a intensidade de suas relações com a Canção Nova. Em nosso entender, isso pode ser considerado um sinal de que se trata de uma forma de identificação incomum para uma relação midiática.

Nos vários programas ao vivo que acompanhamos, os telespectadores (especialmente sócios) entram em contato em tempo real através do SMS e frequentemente fazem afirmações veementes a respeito da importância da TV Canção Nova para suas vidas. A exemplo do que ocorreu numa das vezes em que assistimos ao programa *Revolução Jesus*:³⁶ alguém encaminhou uma mensagem com o seguinte teor: “Deus me sustenta e me alimenta através dessa TV. *Não sei mais viver sem a Canção Nova*” (grifo nosso).

Poderíamos nos referir a diversas ocasiões semelhantes, uma vez que a tônica da programação é sempre a mesma. Se fosse possível, inseriríamos um vídeo neste relatório. Escolheríamos um programa observado na manhã do dia 28 de abril de 2010, em que um homem de aproximadamente 30 anos é entrevistado. Ele fala sobre o modo como conheceu a Canção Nova através da TV e declara que “chorava de alegria”, pois teria encontrado algo com o que se identificou profundamente. Segundo seu próprio depoimento, após conhecer a TVCN, passou a conduzir a sua vida pessoal em conformidade com os princípios cançãonovistas e testemunha, ao lado da esposa, o modo como “Deus providenciou” seu

³⁶ O *Revolução Jesus* é um programa destinado ao público jovem, apresentado uma vez por semana em horário noturno.

casamento. A apresentadora aproveita para reforçar: “Isso também é providência”, diz ela e recomenda aos telespectadores que querem se casar que recorram a essa mesma providência.³⁷

A capacidade que a Comunidade Canção Nova tem de influenciar a vida pessoal dos sócios não é fruto do contato presencial. A tabela abaixo, que cruza dados colhidos em dois diferentes quesitos da *Pesquisa UFCG Sócios*, nos mostra exatamente isto: que a influência da Canção Nova na vida pessoal dos sócios se dá predominantemente por via midiática.

TABELA XIII – Visitas à CN/Influência na vida pessoal

Visitas a CN	1 vez	2 vezes	3 vezes	4 vezes	Mais de 4 vezes	Nunca visitei	TOTAL
TV CN é na minha vida:							
Fundamental	56,5%	60,0%	63,6%	51,1%	60,3%	53,9%	56,1%
Importante	41,2%	36,5%	34,6%	44,7%	37,2%	42,8%	40,8%
Acessória	2,4%	2,4%	1,8%	2,1%	2,6%	2,4%	2,4%
Dispensável	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,2%
Indiferente	0,0%	1,2%	0,0%	2,1%	0,0%	0,6%	0,5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Notemos que os índices de avaliação da importância da TV para a vida pessoal não variam substancialmente quando comparados às respostas daqueles que já visitaram a Canção Nova (independente do número de vezes) e daqueles que nunca o fizeram. Consideramos que se o contato presencial tivesse importância substancial nessa matéria, as respostas “fundamental” e “importante” sofreriam variações para mais quanto mais vezes a pessoa visitasse Cachoeira Paulista. Entre as pessoas que nunca visitaram a sede da Canção Nova, 53,9% do total de entrevistados consideram a TV Canção Nova algo “fundamental” e 42,8% “importante” para sua vida pessoal, familiar e comunitária (totalizando 96,7% dos entrevistados que nunca visitaram a Canção Nova).

A aquisição de tal nível de influência sobre a vida dos telespectadores faz com que a mídia religiosa da Canção Nova conquiste uma espécie de “rebanho virtual”. Por sua característica, o principal “instrumento de poder” sobre esse “rebanho” é o próprio aparato midiático e seus recursos imagéticos, mediante os quais os telespectadores alimentam sua subjetividade a partir dos modelos interpretativos da realidade que lhes são propostos na TV.

37 Um jargão bastante utilizado na TV é: “Na Canção Nova, nada é coincidência, tudo é providência” (cf. CHALITA, Gabriel. *Eu acredito em milagres: a história de Padre Jonas Abib*. 6 ed. Cachoeira Paulista - SP: Canção Nova, 2008, p. 220).

Através desta, os sócios da Canção Nova fazem um processo de ressignificação religiosa subjetiva de elementos do próprio catolicismo (OLIVEIRA, 2003).

Assim, a relação midiática apoia-se nas “virtudes” implícitas que a televisão possui como meio, em seu poder de sedução, de se transformar em companhia para os seus usuários, em suas características de instantaneidade e verossimilhança (GÓMEZ, 2006; SÁNCHEZ, 1997). A TV insere-se na vida cotidiana das pessoas, intervindo de modo significativo na produção de sentido e fornecendo a matéria prima para o funcionamento dos cérebros humanos (CASTELLS, 1999; CARRANZA, 2005; GITLIN, 2003).

As imagens sempre foram utilizadas pelo catolicismo como instrumentos de evangelização. No contexto atual, aquelas de cunho pictórico parecem estar sendo substituídas pelas imagens televisivas, sendo estas mais atraentes e persuasivas (SCHMIDT, 2008). A televisão não apenas amplia os efeitos da palavra falada, como, além disso, permite a transmissão de outros efeitos estéticos não verbais (SCHAFF, 1990) e de sensações que, pelo menos no caso em que estudamos, fazem com que os valores transmitidos sejam referenciados pelos indivíduos de modo a se transformarem em uma de suas principais referências de vida.

Para a Comunidade Canção Nova, a utilização desse recurso midiático significou a ampliação de suas possibilidades de comunicar a experiência comunitária da qual é portadora. O fato de não depender de empresas patrocinadoras torna a TV Canção Nova ainda mais livre para comunicar sua ideologia tal como ela é, o estilo de vida realmente vivido pela comunidade religiosa presencial. Midiaticamente, os cançonovistas manipulam elementos subjetivos capazes de criar um ambiente virtual envolvente através do qual os telespectadores compartilham dessa experiência. A vivência se torna uma vivência “midiática”, transformando-se o espaço televisivo em um espaço privilegiado de experiência do sagrado e de identificação comunitária. Para muitas pessoas, as relações estabelecidas com a TVCN constituem-se um mundo em si mesmo, mundo que se constrói num ponto entre o real e o imaginário, entre o abstrato e o concreto.

Em alguns casos, a visita a Cachoeira Paulista pode funcionar como fator de dissolução dos laços estabelecidos por via midiática. Isso acontece quando o visitante sofre algum tipo de decepção diante do contraste entre o que vivencia através da televisão e o modo como é tratado no contato face a face com os residentes da Canção Nova, especialmente por aqueles que fazem os programas da TV, com os quais as pessoas mais se identificam.

Esse tipo de situação decorre da própria natureza da relação criada pela televisão que, no caso específico da TV Canção Nova, procura criar elos com o telespectador para além do

vínculo ídolo/fã, traduzindo-se numa relação de intimidade. Sua meta final é evangelizar, mas para isso, precisa atrair o telespectador através de um modo de comunicação carinhoso e convincente, pois dele depende a continuidade de seu trabalho. A TVCN desenvolveu um padrão específico de atuação midiática que na prática, traduz-se numa verdadeira relação de *intimidade* com o telespectador.

É interessante escutar, como o fizemos durante nossas viagens a Cachoeira Paulista e outras regiões do país, os telespectadores sócios falarem de seus apresentadores preferidos. Referem-se a eles como se fossem seus amigos pessoais. Isso decorre do tipo de interação construída entre a TV Canção Nova e seus sócios. Uma vez que os apresentadores, literalmente, “estão na casa” dos telespectadores diuturnamente e, de certa forma, *partilham* de sua realidade pessoal interagindo diretamente com cada um deles a partir de uma relação de confiança mútua, um forte sentimento de proximidade familiar se desenvolve nestes últimos, que veem os apresentadores como se fossem realmente “amigos íntimos”. Por essa razão, para alguns, visitar a Canção Nova é como visitar um parente. Espera-se naturalmente um acolhimento familiar, o que nem sempre se encontra.

A intenção da TV Canção Nova é criar laços duradouros com os telespectadores e, se possível, despertar neles um sentimento de pertença. Nesse sentido, podemos dizer que a TVCN atingiu plenamente sua meta, ao despertar tais sentimentos e emoções nos telespectadores que são seu principal alvo. Mas, para os apresentadores, que diariamente se dirigem a milhares de pessoas em várias partes do mundo, é impossível manter o mesmo sentimento em relação a cada um dos telespectadores com os quais interagem.

Os vínculos criados entre os apresentadores e aqueles que assistem a eles são de caráter simbólico, uma vez que, através da TV estão simbolicamente interconectados e compartilham os mesmos ideais, tentando atingir os mesmos objetivos. Porém, um sentimento recíproco de identificação no sentido pessoal da parte dos apresentadores para com os telespectadores em geral é praticamente impossível de ser atingido.

Segundo os estudiosos, uma das características da relação midiática em geral, é sua duração efêmera, pois só existe plenamente no momento do contato. Geralmente, sua duração é proporcional ao tempo em que se permanece no ar. Pois quando a comunicação é interrompida, o contato também o é, e com ele, as emoções mútuas que despertam. No caso da TV Canção Nova, esta já conseguiu uma grande façanha, que é uma comunidade midiática permanentemente ligada através de laços duradouros em diferentes partes do Brasil e do mundo.

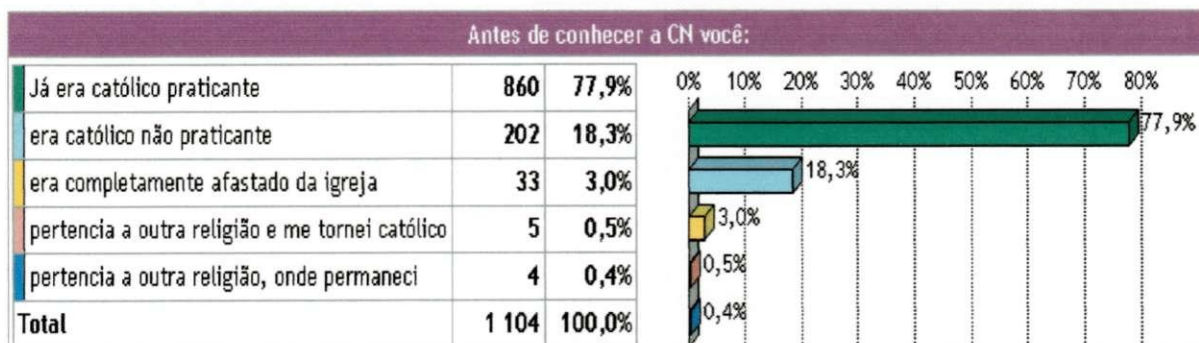
As relações iniciadas por meio de uma *identificação* com a mensagem televisiva da Canção Nova em geral progridem para um *sentido de pertença*, ou seja, para a noção que os indivíduos têm de que são parte de um todo ou o sentimento de comunhão que cultivam com relação à unidade comunitária pelo qual se consideram de algum modo “semelhantes”. Esse é o segundo elemento que alavanca a constituição da “comunidade midiática”.

Braga (2006) já havia percebido que a relação que certos telespectadores estabelecem com a TV Canção Nova é algo que vai além do hábito de assistir à programação. Argumentamos que se trata de um “sentido de pertença” motivado pelo modo como os sócios absorvem e se identificam com a ideologia interna da Canção Nova, a mesma que é comunicada pela televisão. Esse viés foi também identificado pelo Padre Jonas Abib. Quando o interrogamos a respeito dos vínculos estabelecidos entre a TVCN e seu público, sua resposta foi enfática: “Esse é o *plus* que nós temos. Quando falamos de 'família canção nova', não estamos usando um slogan, mas estamos falando de uma realidade” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

Considerando o tamanho da população brasileira, podemos constatar que o grupo de sócios da Canção Nova ainda é pequeno. Ele é composto por um segmento do catolicismo formado por pessoas com um tipo específico de predisposição religiosa que buscavam uma vinculação comunitária mais emocional e repleta de convicção. A TV Canção Nova preenche essa lacuna, além do que, traz a boa nova à sua casa, sem exigir esforços de deslocamento, tão conveniente no corre-corre contemporâneo.

A capacidade proselitista da TV Canção Nova é muito pequena. Detectamos isto também através de nossa *Pesquisa UFCG sócios*. Perguntamos aos sócios qual a sua condição religiosa antes de conhecer a Canção Nova. O resultado foi o seguinte:

TABELA XV – Condição religiosa dos sócios antes de conhecer a Canção Nova



77,9% dos sócios já eram católicos praticantes, com outros 18,3% declarando-se “católicos não praticantes”. Apenas 3% eram completamente afastados e menos de 1% pertencia a outra religião. Os adeptos midiáticos da Canção Nova, antes de aderirem a ela, eram em sua maioria originalmente de tradição católica, que encontraram no “jeito de ser Canção Nova” a efetivação de sua predisposição religiosa ou sua atualização.

Os dados acima dizem respeito a todos os sócios. Tomamos a precaução de destacar a condição anterior somente daqueles que conheceram a Canção Nova mediante a TV, constatando que, nesse caso, o índice não se altera substancialmente em relação ao geral. 76,6% dos sócios que conheceram a Canção Nova através da TV já eram católicos praticantes e 19% católicos não praticantes. Somente 3,3% eram completamente afastados e menos de 1% pertencia a outra religião.

Apesar de pequeno numericamente, o grupo de sócios da Canção Nova dedica à TV Canção Nova particular devoção, conforme pudemos constatar através da *Pesquisa UFCG sócios*. Vejamos as tabelas dos quesitos relativos à frequência com que assistem a ela:

TABELA XVI – Frequência com que os sócios assistem à TV Canção Nova

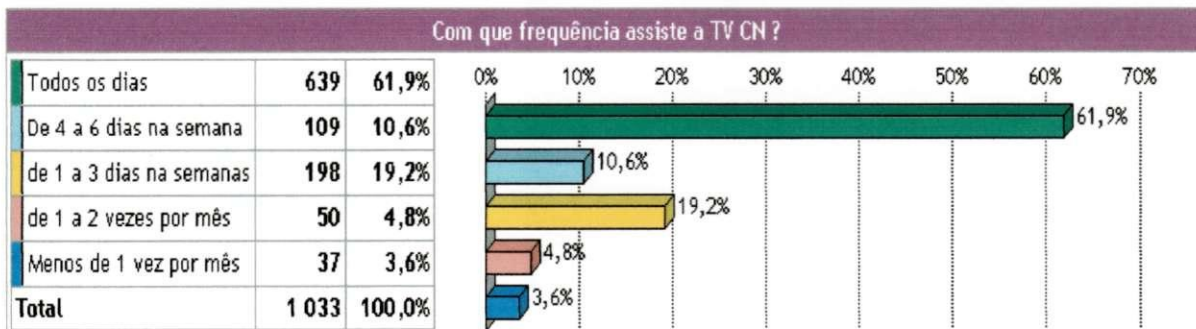
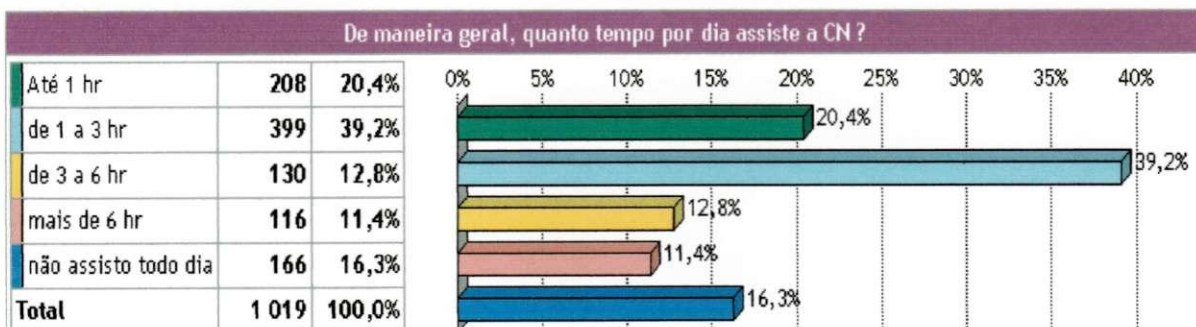


TABELA XVII – Quantidade de horas que os sócios assistem diariamente à TVCN



O percentual de sócios que vê a TV Canção Nova todos os dias é de 61,9%. Somados com aqueles que assistem pelo menos quatro vezes por semana temos 72,5% e com aqueles que assistem pelo menos uma vez por semana chegamos a 91,7%. Percebemos, portanto, que a vinculação dos sócios com a TV é muito intensa. Na fase da observação, tanto em Cachoeira Paulista como através da TV, ouvimos várias pessoas dizerem que, em suas casas, a TV é ligada o dia todo na Canção Nova. Outras afirmam que *só* assistem à TVCN. Dizem isso com veemência, como se quisessem exprimir seu sentido de pertença à comunidade.

É impressionante o índice daqueles que declaram assistir à TV Canção Nova, dedicando-lhe mais de três horas por dia (24,2%). Além destes, 39,3% assistem entre uma e três horas diariamente e 11,4% chegam a ficar diante da TVCN por mais de seis horas todos os dias. Isso representa um tempo de exposição à mensagem da comunidade suficiente para que se criem os laços comunitários midiáticos. A TVCN fideliza um público pequeno, mas que a ela se vincula com sentido de pertença.

As duas informações conjugadas indicam que, embora a audiência da TV Canção Nova seja pequena em relação às grandes redes nacionais, os seus sócios dedicam-lhe atenção incomum. É a partir das tabelas XVI e XVII que podemos afirmar que a TVCN exerce grande poder de formação de opinião sobre seu público, talvez maior do que aquele exercido pelos grandes veículos de massa.

A *Pesquisa MIND sócios* (2005) já havia apontado dados semelhantes. Ela indicou que 59,9% dos sócios têm contato com a TV Canção Nova todos os dias, permanecendo esse índice quase inalterado nas variáveis capital/interior, sendo elevado nos estados do Maranhão (75%) e Rio Grande do Norte (72,7%). Na mesma pesquisa, o percentual daqueles que assistem à TVCN todos os dias aumenta na proporção direta em que a idade aumenta, atingindo 78,7% entre as pessoas com mais de 60 anos.³⁸ A Agência MIND observou, a partir dos dados levantados, que muitas pessoas ligam a TV ainda que não estejam diante dela, permanecendo nos afazeres (como se a TV funcionasse como um rádio).

Ainda de acordo com a *Pesquisa MIND sócios*, quase 1/4 dos sócios da Canção Nova são donas de casa (24,4%), seguido de empregados do setor privado (17,7%), funcionários públicos (15,9%), aposentados (7,3%) e autônomos (7,3%). Algumas dessas ocupações possibilitam maior tempo em casa durante o dia e, portanto, mais disponibilidade para assistir à televisão nas horas em que normalmente as pessoas estão em expediente de trabalho. Talvez por isso alguns programas muito importantes para o estabelecimento das relações

38 Recordamos que mais de 40% dos sócios da Canção Nova têm essa idade.

comunitárias midiáticas estejam colocados na parte da manhã e não à noite que, em princípio, seria o horário nobre da TV comercial.³⁹

Em relação à concorrência, a Canção Nova não representa nem de longe uma ameaça a qualquer canal secular. Contudo, podemos afirmar que o público que lhe dedica audiência o faz de modo exclusivo ou pelo menos predominante, de maneira que *junto a esse público* a Canção Nova tem maior poder de formação de opinião do que as grandes TVs seculares. É como se ele fosse realmente *seu*, pois a maioria das pessoas que assiste à TVCN é motivada não pelo desejo de entretenimento e sim pela identificação com o ideal da comunidade e pelo sentido de pertença que adquire com relação a ela.

Ser sócio da Canção Nova implica na possibilidade de pertencer a ela, fazer parte dessa “família”, sentir-se membro percebido em sua individualidade. Pelo menos é essa a sensação que os cançãovistas conseguem passar a seus membros midiáticos. Conforme constatou Braga (2006, p. 11):

Se por um lado a proposta da Canção Nova apresenta-se como algo que é para todos, por outro, uma das forças do seu poder de atração está no fato dela provocar nos seus telespectadores um sentimento de pessoalidade, possibilitando a sensação de que o que se está apresentando ali é um Deus que é amor e que ama individualmente, de forma personalizada.

O indivíduo “carrega” consigo a comunidade, exprimindo certo orgulho de a ela pertencer. Oliveira (2002) refere-se ao depoimento de uma participante nos eventos em Cachoeira Paulista que, segundo ela mesma, é elucidativo desse tipo de relação na qual o fiel conduz consigo a proposta comunitária que absorveu mediante a TV e tenta aplicá-la na sua vida pública e privada. Uma mulher teria dito: “Eu não posso ir morar lá na Canção Nova, mas eu e minha família procuramos viver o dia-a-dia com a filosofia da Canção Nova”.

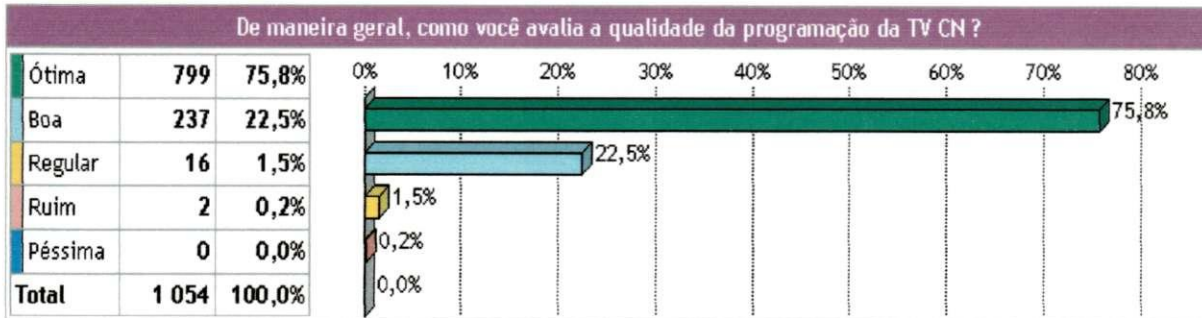
O alto grau de envolvimento das pessoas nesse elã comunicativo se reflete na avaliação que os sócios fazem da programação da TV. Nas pesquisas realizadas em eventos, encontram-se várias questões que intentam medir os níveis de satisfação do público com relação aos programas televisivos. Os resultados são sempre muito positivos, a exemplo da *Pesquisa MIND Hosana* que perguntou: “Se você pudesse, o que você mudaria na TVCN?”, ao que a grande maioria respondeu “nada” ou “não sei”. E “o que você gostaria que tivesse na TVCN e que não tem atualmente?”, cujas respostas são geralmente “não sei dizer”, “nada” ou

39 A *Pesquisa MIND sócios* também detectou que 48,14% dos sócios assistem à TVCN no horário da manhã, sendo a audiência diurna maior do que a noturna nos seguintes estados: Paraíba, Bahia, Tocantins, Alagoas, Rio Grande do Norte, Sergipe, Pernambuco, Piauí, Maranhão.

“tem tudo, é completa”. Alguns pedem filmes e mais programas para atrair os jovens. Interessante é que essas pessoas não são jovens. Provavelmente são adultos preocupados com o futuro dos seus filhos, netos, sobrinhos e conhecidos de menor idade.

Vejamos os dados a esse respeito colhidos na *Pesquisa UFCG sócios*:

TABELA XVIII – Avaliação da qualidade da programação da TV Canção Nova



Da parte dos sócios, o índice de aprovação da programação da TV Canção Nova é excelente. Referindo-se a essa matéria, Luzia Santiago (Entrevista ao Portal Canção Nova, p. 2) afirmou que a programação “tem feito uma mentalidade, tem construído um povo”. Sobre esse “povo”, a Canção Nova não exerce controle absoluto, porém dispõe de um poder de *influência* incomum, por meio da capacidade de persuadi-lo a aderir à sua proposta comunitária midiática. E isso ocorre também por causa da grande quantidade de tempo que os sócios dedicam à televisão.

Uma vez *identificados* com sua proposta e imbuídos do *sentido de pertença* que a inspira, o passo seguinte para os telespectadores é a *fidelização* como sócios. Os valores comunitários são interiorizados a tal ponto que as relações estabelecidas passam a ser de *compromisso*. Esse compromisso é “emocionado” porque resulta de uma relação que se estabelece com alto grau de envolvimento subjetivo, dado o invólucro midiático com o qual a Canção Nova reveste a sua mensagem. Completa-se assim o percurso que os torna verdadeiros *adeptos* da Canção Nova, constituindo com ela uma “comunidade midiática”.

A dificuldade de medir objetivamente os níveis de compromisso entre os indivíduos e a instituição é muito grande. Aqui, optamos por fazê-lo por meio da contribuição financeira. Entendemos que a doação material é representativa da intensidade com que os sócios encontram-se comprometidos com a Comunidade, importando não somente a quantidade de recursos doados mas, sobretudo, as motivações desses sócios para contribuir.

O caso em questão é bastante significativo, uma vez que, mais do que qualquer outra instituição católica brasileira, a Canção Nova prosperou na arregimentação de sócios contribuintes, chegando já em 2003 a quase 350 mil, o que propiciou uma arrecadação mensal de aproximadamente R\$ 6 milhões (SOUZA, 2008). Hoje (2010) são aproximadamente 600 mil sócios, com a arrecadação atingindo 13 milhões mensais. Luzia Santiago não tem receios em afirmar que: “Milhões e milhões de reais passam pela Fundação João Paulo II” (Luzia Santiago, Entrevista ao Portal Canção Nova, p. 3). O Padre Jonas Abib também não: “Pelas minhas mãos passaram milhões, mas eu, graças a Deus, não possuo nada” (ABIB, 1999, p. 39).

De maneira geral, as pessoas têm três motivações para fazer doações financeiras, que aqui associamos propositadamente à tipologia weberiana das ações sociais. A primeira é puramente emocional, o *encantamento*. Para contribuir financeiramente, as pessoas precisam estar encantadas com o objeto ou com a sua finalidade. No caso específico da Canção Nova, trata-se de um encantamento religioso fruto de uma experiência mística que muitas vezes se dá por meio da própria televisão.

Uma característica do encantamento é que ele não tem perenidade, pois dificilmente alguém fica encantado com o mesmo objeto a vida toda. Numa lógica de consumo ordinária, manter o encantamento exigiria que o produtor estivesse sempre se acomodando às novas demandas que seu público requisita. Isso parece não ocorrer no caso da TV Canção Nova, pois apesar de variar sua programação, ela não se afasta de um eixo fundamental de conteúdo e forma. Além disso, a TVCN está muito longe da capacidade de variação de que dispõem os canais comerciais.

A segunda motivação para contribuir financeiramente são as *razões* utilitaristas. As pessoas devem estar convencidas de que ao fazer doações financeiras obtêm vantagens, ainda que essas vantagens sejam de caráter espiritual. Uma relação utilitarista também se dissipa com certa facilidade, tão logo as pessoas se sintam inclinadas a outras ações racionais referentes a fins. Como se verá mais adiante, os motivos mercenários não são os principais alavancadores das contribuições destinadas à Canção Nova.

A terceira e última motivação para que alguém faça doações financeiras a projetos religiosos (ou não) é a identificação, que neste caso pode se transformar em *sentido de pertença*. Esse elemento é tipicamente comunitário e acontece quando as pessoas tomam parte na missão da instituição para a qual contribuem. Elas se sentem sujeitos daquela ação e cooperam decisivamente para ela. Nesses casos, as pessoas estão relativamente convencidas de que protagonizam o trabalho institucional, colocando-o entre suas prioridades.

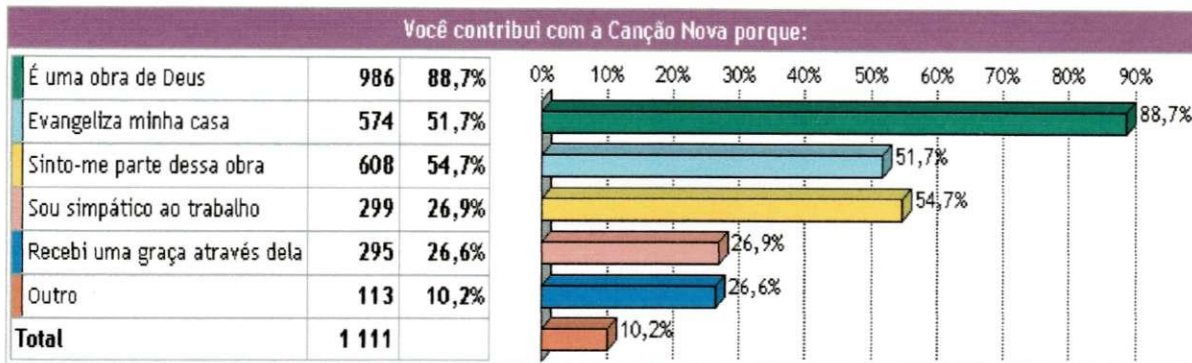
Defendemos que essa terceira modalidade - *o sentido de pertença* - é a mais duradoura de todas e que a contribuição fiel dos sócios cançonovistas resulta, prioritariamente, da perenidade do sentimento de pertença. É a partir dele que se gera o *compromisso fidelizado*. Os sócios fiéis podem ser considerados verdadeiros adeptos da Comunidade Canção Nova, seus membros midiáticos, porque aceitaram esse compromisso com relação a valores.

A TV Canção Nova é o único caso no Brasil de um canal de televisão que é sustentado exclusivamente pelo seu expectador de forma direta, sem intermediação comercial, fato que é interpretado pelo Padre Jonas Abib como uma inspiração divina motivada por circunstâncias concretas. Em entrevista a nós concedida ele afirma:

Nós começamos isso por inspiração de Deus lá no início. Porque a inspiração era ter uma rádio sem propagandas. Como a rádio que nós compramos tinha propagandas, nós continuamos com elas. Entretanto, (...) não estávamos conseguindo manter a rádio. Foi aí que eu percebi que nós não estávamos mais nos rumos que Deus nos indicou. Eu cheguei para o meu pessoal e disse: (...) vamos deixar as propagandas e dizer ao povo, àqueles que ouvem a rádio e se beneficiam, que firmemente contribuam conosco. Era uma aventura! Era um pulo no escuro! Mas a beleza foi que o povo respondeu diretamente. Tanto assim que logo em seguida nós conseguimos pagar as nossas contas. Daí para frente, tudo o que foi surgindo foi sempre na mesma base (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

Quando perguntado sobre as razões que as pessoas têm para contribuir com a Canção Nova, o Padre Jonas responde: “Porque as pessoas são beneficiadas, elas se dispõem a contribuir. (...) Elas ajudam porque estão sendo beneficiadas e veem o benefício que está fazendo nos seus familiares, nas pessoas com quem elas têm contato. Por aquilo mesmo que nós exibimos na televisão (...) elas veem muitas pessoas sendo beneficiadas e é isso que as faz contribuir” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

A intuição do Padre Jonas é baseada na experiência. Contudo, os dados colhidos por nós na *Pesquisa UFCG sócios* apontam noutra direção. Vejamos:

TABELA XIX – Razões para contribuir financeiramente com a Canção Nova

Os dados indicam que as motivações dos sócios da Canção Nova para contribuírem financeiramente com ela vão muito além da expectativa por benefícios ou de uma forma de retribuir aquilo que receberam dela. Notemos que o percentual dos que contribuem porque a consideram “uma obra de Deus” (quase 90%) ou porque “sinto-me parte dessa obra” (54,7%) excede o daqueles que justificam sua contribuição com o fato de que a TV “evangeliza sua casa” (51,7%) ou por “ter recebido uma graça” (26,6%). Essas duas últimas respostas indicam motivos mais próximos da ideia de recompensa, enquanto que as duas primeiras manifestam motivações mais altruístas.

A credibilidade que a Canção Nova tem junto aos sócios, manifestada na resposta “é uma obra de Deus”, é surpreendente. Nas condições atuais, em que diversas expressões religiosas, especialmente midiáticas, são rotuladas de “aproveitadoras”, essa credibilidade adquirida pela comunidade revela que os laços estabelecidos entre esta e seus sócios extrapolam o âmbito de uma comunicação superficial. Podemos afirmar que os sócios não só a identificam como sendo uma obra de Deus, mas também se sentem parte dela, compartilhando do trabalho institucional como se ele fosse uma missão *pessoal*. Esse tipo de relação aproxima-se das relações caracteristicamente comunitárias.

Além disso, os sócios parecem sentir segurança quanto ao destino dos recursos por eles doados, especificamente quanto à aplicação deles na missão religiosa da comunidade. Provavelmente, isso se deva à convicção e transparência dos apresentadores e ao modo como a instituição presta contas dos recursos arrecadados.

Nos questionários recebidos, frequentemente encontramos para essa mesma pergunta a resposta escrita: “porque ela *evangeliza*”. Essa expressão denota o compromisso que os sócios têm com a missão da Canção Nova, exprimindo sua convicção de que, ajudando à TVCN, estão sendo evangelizadores em potencial. Portanto, a estratégia que visa criar nos associados

a consciência de que são protagonistas da evangelização tem sido, até o momento, bem sucedida.

Infelizmente, a alternativa “porque ela evangeliza” não foi posta nessa questão de nossa pesquisa, o que poderia nos dar uma melhor visão a respeito do que estamos tratando. Contudo, a *Pesquisa MIND Hosana* indicou que na opinião de 43,4% das pessoas, o principal ponto positivo da TV Canção Nova é a “evangelização”. Na mesma pesquisa, alternativas como “transmite paz e alegria” e “boa informação” ficaram bem abaixo disso: 3,2% e 2,5% respectivamente.

A expectativa dos sócios na missão evangelizadora da TV Canção Nova é largamente explorada pelos apresentadores como mecanismo facilitador de adesão financeira. O apelo é para que cada sócio se converta num evangelizador *através* da Canção Nova.⁴⁰ Uma vinheta muito frequente na TV pergunta aos telespectadores se eles gostariam de ser missionários em várias partes do mundo, concluindo que a pessoa pode fazer isso mediante a contribuição que faz à comunidade.

Há, portanto, uma supervalorização da capacidade dos meios de comunicação de “entrar nas casas” de pessoas não evangelizadas. Uma ênfase que não reflete a realidade, pois como foi demonstrado, esses veículos funcionam mais como reforço da identidade do que como instrumento capaz de angariar prosélitos. Por isso, o que as pessoas que aderem a essa motivação estão entendendo por “evangelizar” pode não ser exatamente aquilo que a TV está fazendo.

De qualquer modo, os dados colhidos em nossa pesquisa nos fazem crer que as razões que levam um número significativo de pessoas a contribuir com a Canção Nova estão além de fins utilitaristas. Dizem respeito, sobretudo, ao nível de pertença e de compromisso entre os sócios e a comunidade por meio de uma corresponsabilidade partilhada de vida e da missão da qual o sócio sente-se partícipe. A manutenção de uma TV diretamente, sem a intermediação do patrocínio comercial, só é possível porque há uma relação para além da mediação produtor/consumidor.

O que pudemos depreender de nossa observação da programação confirma os dados colhidos mediante a pesquisa encartada. Além da proposição de que o sócio “evangeliza” quando contribui financeiramente, os apresentadores requisitam o compromisso de fidelidade para com essa mesma contribuição. Utilizam menos a ideia de retribuição e as ameaças de

40 Uma das evidências de que a Canção Nova captou essa expectativa dos seus sócios, transformando-a em estratégia para arrecadação de recursos é a mudança da nomenclatura do grupo de sócios de “Clube do Ouvinte” para “Clube da Evangelização”.

“sair do ar” que, segundo Asmann (1986), são algumas das estratégias utilizadas pelas igrejas eletrônicas para a arrecadação de fundos.

Enquanto que na teologia neopentecostal, o dízimo tem a tripla função de atrair a prosperidade, libertar o fiel do demônio e ajudar na evangelização, na Canção Nova, este último aspecto é que é posto em relevo. No pentecostalismo, o fiel dá e exige.⁴¹ No catolicismo popular, o fiel dá e espera. Na Canção Nova, o fiel dá porque *pertence* a ela. Contudo, a Canção Nova não recorre à “consciência” dos fiéis, como o fazem as paróquias para arrecadar dízimos.⁴² Ela motiva as pessoas a partilharem do seu “sonho”, seu projeto institucional considerado divino. Portanto, apesar de requisitarem um “compromisso”, este é conseguido mediante apelos comoventes e vínculos emocionais.

Entre as TVs católicas, a que mais se sobressai na insistência e na criatividade para arrecadar recursos é a TV Canção Nova. O Padre Jonas Abib justifica isso dizendo que “as pessoas muito facilmente caem naquela rotina, é preciso estar sempre incentivando e nós fazemos isso” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008). Isso se intensifica no fim de cada mês, quando os compromissos financeiros assumidos para manutenção da TV precisam ser honrados. A administração da Fundação João Paulo II estabelece uma meta financeira mensal a ser atingida. Conforme o mês vai chegando ao fim, a necessidade de atingir a meta vai ficando mais urgente.

É nesse momento que os apelos se intensificam, causando inclusive algum desconforto nos telespectadores não fidelizados. Observamos a programação da TV num desses períodos, ocasião em que todos os esforços se voltam para a arrecadação de fundos, chegando a comprometer a pureza da mensagem cançonovista. A necessidade obriga os apresentadores a se focarem nisso, recorrendo aos midiáticos de maior respaldo junto ao público para fazerem os apelos.

Em alguns casos, a forma como fazem chega a ser artificial. A exemplo do que ocorreu com o Padre José Augusto, enquanto presidia a mesma missa a qual já nos referimos aqui, no dia 29 de maio de 2009, às 7 da manhã, cujo foco homilético foi a reconciliação. Antes do “ofertório”,⁴³ ele afirmou que na Canção Nova há pessoas com muitos defeitos e que era sabedor de que muitas coisas que eles fazem podem desagradar aos outros. Então, ele

41 No pentecostalismo, normalmente a instituição dispõe de mecanismos para eximir-se caso o “exigido” pelo fiel não se cumpra, normalmente atribuindo a alguma falha de fé do próprio fiel e requisitando dele um “sacrifício” ainda maior, o que dispara um dispositivo de mais arrecadação.

42 O que estaria na origem da pouca capacidade das paróquias católicas de arrecadar recursos, pois recorre a um princípio racional com relação a fins para motivar a doação.

43 Parte da missa em que geralmente os fiéis depositam alguma quantia em dinheiro para a Igreja.

pediu que as pessoas perdoassem e se reconcilhassem com a Canção Nova, acrescentando que um sinal dessa reconciliação seria a oferta financeira.

Durante a campanha, os números relativos são divulgados várias vezes ao dia: “Chegamos aos 80%”, por exemplo. Com isso, os apresentadores visam introduzir os telespectadores na tarefa cotidiana que pertence à comunidade. Em larga medida, o conseguem, porque muitos telespectadores passam a enviar mensagens comunicando que estão respondendo ao apelo dos apresentadores de fazer “algo a mais” para arrecadar dinheiro. O “algo a mais” é um recurso utilizado para coletar o montante necessário contando com a ajuda das pessoas que já fizeram suas doações naquele mês.

Nesse aspecto, os apresentadores valorizam bastante as pequenas iniciativas, como coletas entre familiares e amigos, rifas, venda de produtos, cofrinhos, etc. A intenção é deixar a pessoa motivada para arrecadar dinheiro por qualquer que seja a via, ainda que seja pouco. “É dessa maneira que Deus vai fazendo os milagres”, disse Luzia Santiago no *Sorrindo pra a vida* do dia 25 de maio de 2009. Essas pequenas ações são interpretadas como consequência do amor que os sócios têm à Canção Nova e à evangelização. Ou ainda como inspirações de Deus. A nosso ver, elas de fato denotam o comprometimento, a fidelidade e o sentido de pertença que alguns sócios têm com relação à TV Canção Nova, pois somente aqueles que partilham da missão da comunidade estão propensos a traduzir isso em novo esforço para acudir a instituição.

Várias pessoas respondem ao apelo de fazer “algo a mais”, como o sócio RT, do Rio de Janeiro, que mandou um e-mail ao programa *Sorrindo pra vida* do dia 27 de maio de 2009 dizendo: “Nunca deixei de contribuir, mesmo quando a situação está difícil. Este mês também estou fazendo o meu algo a mais”. De acordo com um dos princípios do *ethos* interno cançonovista, atingir o montante é tido como um milagre da providência de Deus.

É interessante que a própria dificuldade de atingir a meta pleiteada transforme-se em mais um mecanismo através do qual os cançonovistas introduzem os telespectadores em seu cotidiano. Eles procuram fazer com que aquela dívida seja compreendida como sendo *de todos*. Externam de várias maneiras sua angústia diante do grande desafio de arrecadar treze milhões mensais em doações. Algumas vezes, parecem estar visivelmente abatidos e desanimados, mas nunca exprimem isso nas falas e nos gestos feitos no ar. Ainda que o tempo esteja se esgotando e a possibilidade de atingir a meta esteja ficando distante, o tom geral dos programas é sempre de otimismo, pois precisam motivar seus sócios a continuarem acreditando na “providência de Deus”.

O fato de acompanhar a programação numa dessas semanas cruciais nos permitiu observar a evolução desse drama que é a pressão material, vivido pelos cançonovistas e seus sócios. Tomamos por base o programa *Sorrindo pra vida* nos quatro últimos dias do mês de maio de 2009. Na terça-feira (26), a meta já parecia difícil de ser atingida. Eles precisariam angariar 8% do montante em cada um dos quatro dias úteis restantes do mês (aproximadamente um milhão de reais por dia). No dia seguinte (27), dado o fato de não terem conseguido arrecadar 8% no dia anterior, o percentual necessário aumentou para 10%. Mas os apresentadores procuraram não externar desânimo. Pelo contrário, ofereceram novas razões para acreditar: “É fim de mês, muita gente recebe salário”, disse um deles.

Na quinta-feira (28), o percentual a ser arrecadado subiu para 14% por dia. Os números indicavam que não iriam conseguir atingir a meta pleiteada. Mas eles ainda expressavam confiança, aproveitando para reforçar a ideia da fé na providência divina. “A Deus nada é impossível”, afirmou Márcio Mendes. Divulgaram a arrecadação em números absolutos e requisitaram o empenho da “família Canção Nova”.

Na sexta-feira (29), último dia útil do mês, o programa contou com a presença de Wellington Silva Jardim (Eto), o principal administrador da Fundação João Paulo II. Ele mesmo justificou sua presença ali pelo fato de ser o último dia de campanha do mês de maio. Nesse dia ainda faltavam 19% do montante, pouco mais de 2 milhões e 600 mil reais (muito dinheiro para ser arrecadado num único dia). O entusiasmo já não era o mesmo, mas eles continuavam afirmando que “para Deus nada é impossível”.

A angústia aumentava conforme o tempo corria. Ela parecia real e sincera. Alguns apresentadores chegaram a pedir: “Por favor [contribuam conosco]”. A essa altura da observação, já estávamos nós mesmos envolvidos emocionalmente, pelo que se tornou mais fácil perceber o modo como o público fidelizado se sente e adere.

Durante a pesquisa, encontramos várias pessoas de setores carismáticos da Igreja que manifestaram certo desconforto diante da intensidade com que se dão as solicitações de recursos. Alguns acham que seria preferível veicular propaganda comercial a ter que dar tamanha ênfase à arrecadação financeira.

Pelo que pudemos constatar, optar pela inserção comercial nesse momento (ainda que de forma gradativa) poderia ocasionar um colapso financeiro na Canção Nova. Isso porque a capacidade da TVCN de atrair patrocinadores é mínima, dado sua pequena audiência. Sua força na captação de recursos reside nos vínculos comunitários midiáticos que ela consegue criar com seus sócios. Inserir propaganda comercial poderia intimidar a contribuição desses sócios, uma vez que eles passariam a supor que apenas os recursos advindos de

patrocinadores seriam suficientes. A nosso ver, a inserção da propaganda com certeza diminuiria sensivelmente (diria mesmo, perigosamente) a contribuição dos sócios, e essa lacuna dificilmente seria suprida pelos dividendos comerciais, uma vez que a audiência da TV Canção Nova é, relativamente, limitada.

A relação entre compromisso e doação financeira é o primeiro aspecto que queremos destacar na análise da *Revista Canção Nova*, com a qual encerramos esta seção. A *Revista Canção Nova* é um periódico mensal criado em 2002, cuja tiragem é de aproximadamente 600 mil exemplares e que se destina exclusivamente aos sócios. Segundo Silva (2009, p. 246), “o objetivo principal da revista é cultivar um relacionamento direto com as pessoas que contribuem financeiramente com a Canção Nova”. Fizemos uma leitura dos números publicados em cinco anos consecutivos (2005-2009), em que constatamos que a revista cumpre um papel de mídia complementar, explicitando as mesmas ideias veiculadas pela televisão.

Quando nos propusemos a fazer esta análise, acreditávamos que por se tratar de um canal de comunicação diretamente com os sócios, a revista nos traria mais subsídios do que a TV na captação do modo como a Canção Nova se relaciona com estes. Foi o próprio diretor de marketing do Clube da Evangelização, que autorizou a leitura dos exemplares, que nos fez essa indicação. Esperávamos também que esses pudessem nos revelar algo mais a respeito das estratégias usadas pela instituição para fidelizar as pessoas, uma vez que, conforme Martino (2003), a imprensa religiosa escrita pode conter mensagens mais contundentes e explicativas, mostrando aspectos que seriam inviáveis transmitir pela TV.

De maneira geral, nossas expectativas foram frustradas. A revista é apenas uma mídia complementar à televisão. As mensagens, ideologias e estratégias por ela veiculadas mudam apenas de forma, mas não de conteúdo. A revista comunica o *ethos* interno da Canção Nova e busca fidelizar ainda mais os sócios em torno de sua contribuição financeira, sendo este um dos principais aspectos por ela ressaltados.

Tomemos por base a seção “administração”, escrita por Wellington Silva Jardim (o Eto). Ele se utiliza da mesma estratégia largamente explorada pela TV, procurando fazer com que os sócios sintam-se responsáveis com a missão da Canção Nova e, por extensão, com seus projetos de expansão e metas financeiras. Para isso, lança mão de um discurso aberto e cheio de emotividade, elemento que está na base do *compromisso* que os sócios têm para com a instituição.

Nos textos dessa seção, Eto parece fazer questão de demonstrar que seu trabalho na administração da Canção Nova é exaustivo e difícil. Contudo, manifesta prazer pelo que faz,

pois se sente cumprindo uma missão divina. A linguagem é simples e a prestação de contas é clara. Ele escreve aos sócios com a mesma leveza com que fala quando aparece na TV, procurando fazer do contato algo íntimo e natural.

Vamos citar alguns exemplos da seção “administração” que exprimem esse estilo cançãoovista de comunicar-se. Os artigos dos números 48-50 aparecem conectados entre si. Ali, Eto faz uma espécie de balanço do ano de 2004 (n. 48) e convida as pessoas a “começar tudo de novo” (n. 49). Diz que aquele foi “um ano de vitórias” e apresenta o valor anual arrecadado, que foi de mais de 105 milhões de reais (n. 50). As mensagens evoluem gradativamente, até adquirirem um tom quase familiar: “Venha passar a Semana Santa na Canção Nova. Este templo maravilhoso foi feito para você, *conheça o que é seu*. Eu preciso de sua presença, pois a missão que Deus deu à Canção Nova é evangelizar” (Wellington Silva Jardim, *Revista Canção Nova*, n. 50, p. 07 – grifo nosso).

A estratégia é a mesma utilizada na TV e reforça os vínculos comunitários construídos por via midiática. Assim como os apresentadores da televisão, os redatores da revista (que podem ser os mesmos) não se intimidam em externar acontecimentos e sentimentos vividos intimamente. Na revista n. 58, Eto escreve: “Estou aprendendo com as provas a sofrer as demoras de Deus. O homem Eto está sendo testado. Que o Senhor possa me dar a graça de ser aprovado” (p. 7). E no número 93 (setembro/2008): “Posso confidenciar a você que tenho passado por momentos de muita tribulação, mas me sinto fortalecido porque tenho alguém que Deus colocou para dirigir a minha vida e minhas decisões: o meu amigo o Arcanjo São Rafael” (p. 7). Na revista n. 84: “Fiz alguns exames médicos de rotina (...). Um deu uma alteração que podia agravar seriamente o meu estado de saúde, mas a providência divina cuidou de tudo, como cuidou da Canção Nova este ano” (p. 7). A seção é finalizada sempre com um “amo você”.

Interessou-nos particularmente o título da seção de Eto na edição n. 59: “Posso ser sincero?”. Ele inicia dizendo que os últimos acontecimentos encheram sua alma de agonia e que “a tristeza deixou o meu Cristo meio obscuro”. Deixa transparecer certo desânimo, cuja origem seria o acúmulo de dívidas e a retração dos projetos de expansão cançãoovistas. É interessante a maneira como ele insere o sócio na problemática, requisitando sua corresponsabilidade: “E você agora pode estar pensando: ‘O que eu tenho a ver com isso?’ Posso ser sincero? Você tem tudo a ver, *pois você é da família*” (Wellington Silva Jardim, *Revista Canção Nova*, n. 59, p. 6 – grifo nosso). O texto se encerra bruscamente: “Continuo a pedir socorro” (p. 7).

No número seguinte (60), Eto atribui à “providência de Deus” o fato de os projetos da Canção Nova terem sofrido uma retração. Aqui aparece outra compreensão do que seja a ação providente da divindade: em vez de favorecer a prosperidade financeira, esta ação a impede com fins morais. Eto explica: “Deus nos fez parar, para nos mostrar que Ele está no comando de tudo. Como o progresso da Canção Nova estava a todo vapor, Ele puxou as rédeas para não nos sentirmos os realizadores” (Wellington Silva Jardim, *Revista Canção Nova*, n. 60, p. 6). O restante da matéria apresenta aos sócios as múltiplas opções de que eles dispõem para contribuir financeiramente.

A *Revista Canção Nova* é visualmente agradável, bem elaborada e de colorido atraente. Segundo o Padre Roger Araújo (missionário cançonovista), ela é bem produzida porque a fidelidade, compromisso e dedicação do sócio em favor da Canção Nova “merecem ser presenteados por Deus com muitas bênçãos e por nós com essa revista” (Roger Araújo, *Revista Canção Nova*, n. 48, p. 2). O editorial é sempre “pra cima”, chamando os sócios frequentemente de “gente linda”.

A qualidade da impressão e dos textos apresentados na revista, assim como dos programas de televisão, é fruto de um trabalho constante que visa manter os sócios fiéis ao compromisso financeiro, indispensável à continuidade da missão. Para tanto, explora-se o compromisso recorrendo-se à emotividade, partindo do pressuposto de que qualquer recurso ofertado à Canção Nova significa uma participação direta em sua missão de evangelizar. Em última análise, isso significa que os vínculos estabelecidos entre a Canção Nova e os sócios são majormente do tipo “comunitários”.

A Canção Nova procura fazer com que os sócios se sintam participantes do que, a rigor, eles não presenciam nem conhecem a fundo, como se pode ver nas chamadas dirigidas aos sócios através da seção “Clube do Ouvinte” da revista:

Você está ajudando a Canção Nova a salvar vidas. (...) Embora você não esteja à frente de uma câmera de TV, de um microfone em uma de nossas rádios, ou mesmo pregando em um encontro, você é parte vital para que muitos se encontrem com Jesus (n. 68, p. 8).

A Canção Nova é as suas mãos. Seja o nosso coração (n. 76, p. 9).

Se você pudesse falar para milhões de pessoas que Deus existe e que Ele mudou a sua vida, você falaria? E se você pudesse falar da sua fé em Jesus Cristo para o Brasil e para o mundo, você falaria? Agora você pode! Ligue para nós (n.77, p. 7).

Algumas delas chegam a ser reducionistas. Como esta: “Shopping Canção Nova: a maneira mais rápida e fácil de evangelizar” (*Revista Canção Nova* n. 84, p. 13).

Quando mobilizam projetos de expansão, a estratégia utilizada pelos cançonovistas é a mesma. Reformas, ampliações, novas construções ou aquisição de equipamentos demandam recursos que são buscados recorrendo-se ao sentido de pertença e ao compromisso dos sócios. A maioria desses projetos é dirigida por Wellington Silva Jardim (Eto), ocasiões em que ele se dedica ainda mais ao diálogo íntimo e familiar com os doadores:

“Estamos reestruturando o nosso Clube do Ouvinte aqui em Cachoeira Paulista (...). Mas eu *preciso saber se posso continuar contando* com você e se você está disposto *a assumir comigo* este desafio. É importante que você *se sinta* um evangelizador conosco. (...) Vocês *me dão força para suportar as minhas dores*, minhas preocupações. Agradeço as orações, as palavras de incentivo, e principalmente o testemunho de vocês, sócios fiéis, que mesmo em meio às suas dificuldades não abandonam a Deus” (Wellington Silva Jardim, *Revista Canção Nova*, n. 88, p. 7 – grifos nossos).

É interessante também observar a maneira criativa como exploram novas possibilidades de arrecadação para projetos de expansão. Em março de 2009 iniciaram a construção de uma grande Igreja, chamada “Igreja do Pai das Misericórdias”, com capacidade de abrigar 10 mil pessoas. A obra é imensa e demanda muito dinheiro. Para conseguir doações, eles montaram a “campanha do ouro”, que consiste em motivar as pessoas a doarem suas peças de ouro para serem revertidas em recursos.

Uma quantidade muito grande de exemplares da *Revista Canção Nova* traz depoimentos em torno dessa “campanha do ouro”. A forma como as pessoas a ela aderem manifesta todo o sentido de pertença que dedicam à Canção Nova, sendo os sócios capazes de se desfazerem inclusive de objetos de alto valor subjetivo para contribuir com o projeto institucional de sua “comunidade midiática”.⁴⁴ Vejamos esses depoimentos colhidos em diferentes exemplares da *Revista Canção Nova*:

É com prazer que lhe envio a única peça de ouro que possuo para ajudá-los, uma vez que a Canção Nova tem sido para mim uma fonte de graça e aprendizado (MLZ, Piacatu - SP, n. 72, p. 6).

44 A “campanha do ouro” já tinha sido utilizada anteriormente para a construção do Centro de Evangelização Dom João Hipólito, um espaço de eventos com capacidade para aproximadamente 100 mil pessoas.

Envio à Canção Nova esses dois pingentes de ouro que simbolizam os dois filhos que tenho. (...) Foi através da Canção Nova que aprendi a rezar, a me arrepender dos meus pecados e a seguir Jesus Misericordioso (JDB, Piracicaba - SP, n. 76, p. 4).

Assim como a Canção Nova, o nosso casamento também é uma bênção de Deus. (...) Queremos agradecer a Deus pela família maravilhosa que Ele nos permitiu construir deixando aqui nossas alianças (MJR, Montes Claros - MG, n. 77, p. 4).

Esse anel de formatura tem um valor muito grande para mim, mas meu coração fica muito feliz em poder doá-lo para essa obra (AP, Piquete - SP, n. 82, p. 4)

O nível de comprometimento que esses depoimentos manifestam nos permite afirmar que a “campanha do ouro” é não somente um mecanismo de arrecadação de recursos, mas também uma maneira de estabelecer com os sócios relações de ainda maior intimidade. Os depoimentos exprimem a intensidade com que a Canção Nova entra na vida das pessoas, tornando-se uma referência comunitária capaz de redimensionar até os laços familiares, como mostra o depoimento abaixo:

Estou enviando com muita alegria dois *presentes que foram muito importantes para mim*: uma pulseirinha quando fiz 18 anos e *meu anel de formatura comprado com muito sacrifício pelo meu pai* quando me formei no magistério. (...) Sou muito feliz *por fazer parte desta família* (SES, Divinópolis - MG, Revista Canção Nova n. 79, p. 4 – grifo nosso).

Para esse depoente, desfazer-se de objetos familiares importantes só adquire significado porque eles estão sendo destinados a pessoas consideradas também de sua família. Esse é um momento em que as relações comunitárias chegam a se sobrepor àquelas que pertencem aos vínculos originários.

No primeiro semestre de 2009, após iniciada a campanha do ouro, houve uma crise financeira internacional. Obviamente, isso afetou as contribuições, diante do que Eto se posicionou na revista procurando levar as pessoas a não enfraquecerem suas doações: “Toda crise tem que ser superada”, escreveu. E acrescentou:

O capitalismo está totalmente desacreditado. Os ricos ficaram endividados, a classe média desapareceu. Os que sobrevivem na fé são os filhos de Deus. Felizes os pobres e humildes de

coração, pois são estes os que sobrevivem. (...) A crise pegou o mundo, menos os cristãos dispostos a lutar (Wellington Silva Jardim, *Revista Canção Nova*, n. 101, p. 7).

Notemos que, de maneira geral, a estratégia de fidelização é recorrer a atitudes altruístas, características de relações de compromisso. Esse “tom” que requisita do fiel sua pertença é redundante nas revistas dos cinco anos analisados. Sofre apenas variações acidentais, mas no essencial permanece o mesmo. A estratégia é permeada pelo compartilhamento da realidade interna, visando aproximar os sócios da vida e da missão da comunidade.

As seções mais frequentes da *Revista Canção Nova* perseguem o mesmo objetivo pleiteado mediante a televisão: introduzir os sócios no cotidiano da comunidade, de modo que eles se sintam parte efetiva dela e coparticipantes de sua missão. Em suma: recorre-se ao sentimento de pertença e ao compromisso dos sócios. Além da “administração”, isso aparece claramente nas seguintes seções: “comunidade”, “palavra do fundador”, “palavra em destaque” e “clubes do ouvinte”.

A seção “comunidade” traz matérias sobre o dia a dia dos comunitários cançãovistas. Há também depoimentos destes a respeito da vida em comunidade. A “palavra do fundador” é uma seção que procura colocar o sócio em contato direto com o fundador da Canção Nova. Esse instrumento é importante porque o Padre Jonas Abib é uma espécie de ícone do carisma nacional. Portanto, sua imagem é uma referência forte de seriedade e evangelismo e se constitui num reforço de marketing importante para a arrecadação de recursos. A fotografia do Padre Jonas aparece sempre transmitindo imagem de alegria (sorriso, braços abertos) ou de serenidade espiritual (oração, olhar para o céu).

Os textos do Padre Jonas são ainda mais simples. Ele abusa das metáforas, como quando compara a Canção Nova com “um presépio”, pois, segundo ele, ela acolhe as pessoas sem conforto, mas apresentando Jesus (*Revista Canção Nova*, n. 48). Abib trata os sócios como se fossem seus familiares: “Deus me concedeu uma graça especial: os consagrados da nossa comunidade me têm como pai (...). Além disso, na nossa grande família Canção Nova, uma imensidão de *peças me querem como pai*. Reclamam com razão, essa paternidade. Da minha parte, eu assumo e quero ser pai” (Jonas Abib, *Revista Canção Nova*, n. 92, p. 3).

Suas intervenções obedecem ao mesmo esquema estratégico de fidelização mediante o diálogo íntimo e familiar, pois “em família a gente conta tudo e o faz com alegria, para que a família inteira participe e se alegre conosco” (Jonas Abib, *Revista Canção Nova*, n. 60, p. 3). Na edição número 49 (Janeiro de 2005), Jonas Abib começa dizendo “Você é da nossa

família. Por isso, preciso contar-lhe algo muito lindo da nossa intimidade” (p. 3). E discorre sobre fatos do início da comunidade. Nada que pudesse ser qualificado como “lindo”. Mas a força da expressão denota o esforço para dar uma tonalidade emocional e íntima ao discurso.

Na “palavra do fundador”, o Padre Jonas refere-se constantemente aos acontecimentos que deram origem à Canção Nova, atribuindo às inspirações divinas todas as decisões que tomou ao longo da história. Essa seção é a que melhor insere os sócios na memória histórica da Canção Nova. A memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, que se forma sobretudo a partir dos personagens, lugares e acontecimentos vividos pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer: “São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não” (POLLAK, 1992, p. 201).

O recurso à memória nos pareceu mais uma forma de tornar íntima a relação entre a comunidade e seus membros midiáticos. Ao contar histórias do passado, o padre fundador não apenas relembra fatos de sua vida pessoal, mas reconstitui acontecimentos à luz de um percurso institucional. É como se estivesse contando a história pessoal de cada sócio, como se a fundação da Canção Nova fosse algo providencial, o querer de Deus pensando *no sócio*:

Deixe-me dizer-lhe diretamente: Deus quer agir na sua vida como age na Canção Nova. O que faz conosco, Ele quer fazer com você, na sua vida, na sua família (...). Nesse jubileu, preciso agradecer a você pessoalmente, tanto quanto agradeço a cada pessoa que confiou na Canção Nova e investiu nela. Se crescemos tanto, se os frutos são tão concretos, é porque você e muita gente confiou e investiu. Deus lhe pague! (Jonas Abib, *Revista Canção Nova*, n. 57, p. 3).

A tentativa de aproximar a história institucional da história pessoal dos sócios não está presente somente na seção do Padre Jonas. Chega a ser admirável o modo como os cançonovistas de forma geral promovem essa aproximação. O objetivo parece claro: incutir nos sócios o entendimento de que se o passado é comum, o presente e o futuro também o são. Assim, eles se tornam mais que contribuintes: são verdadeiros “membros midiáticos”, com sentido de pertença e compromisso fidelizado.

A edição número 86 da *Revista Canção Nova* (fevereiro de 2008) é particularmente voltada para o resgate da memória histórica da instituição, pois se trata de uma edição comemorativa dos 30 anos de fundação da comunidade. Do mesmo modo, a edição número 95 (novembro de 2008), dedicada ao reconhecimento pontifício da Canção Nova, reconstitui

os inícios da comunidade, estabelecendo uma linha progressiva e ascendente. O significado do reconhecimento pontifício é largamente explicado aos sócios e visto como um ápice atingido, depois de um começo cheio de dificuldades. Subjacente às matérias, a ideia de que aquela vitória não é apenas dos comunitários consagrados, mas também dos “midiáticos”. Ou seja, daqueles sócios que mantêm financeiramente a TV, manifestando, assim, seu sentimento de pertença e sua fidelidade.

O tema da “fidelidade” é muito presente nas matérias da *Revista Canção Nova*. Na edição de outubro de 2006 (n. 70), na seção “Clube do Ouvinte”, a palavra se repete quatro vezes em destaque, como que reafirmada. A fidelidade é “a qualidade que tem norteado nosso apostolado desde o início” e o “dom gratuito de quem está aprendendo a abrir o coração” (p. 9). Ela “se parece” com o sócio (p. 9). O tom envolvente das declarações procura fazer da fidelização dos sócios uma expressão de seu compromisso comunitário: “Quem ama a Canção Nova, luta pela Canção Nova” (Wellington Silva Jardim, *Revista Canção Nova*, n. 98, p. 7).

Na edição número 48 aparece uma seção chamada “Memória Canção Nova”, cujo objetivo o próprio nome já revela. Não sabemos a razão, mas ela desapareceu no número seguinte e não apareceu mais nos anos analisados. Contudo, diversos artigos continuaram destacando essa “memória”. Os textos de Luzia Santiago o fazem com frequência. Na revista número 88 (abril de 2008), ela chega a fotolitar uma mensagem pessoal do Padre Jonas para ela, escrita numa folha de seringueira em 1976. Na edição de agosto seguinte, estampa uma foto dela com o pai, a mãe e as irmãs. A mensagem e a foto não revelam nada em especial, mas o fato de colocá-las na revista denota o caráter familiar e íntimo – marca registrada do modo de ser cançonovista - que ela tenta passar no contato com os sócios.

Luzia também escreve uma seção chamada: “Palavra em destaque”. Nela, os temas são vivenciais e entusiastas. As fotografias dela estampadas ali são sempre sorridentes, embora não raras vezes os artigos tratem de sofrimento e dificuldades. O teor das mensagens é sempre o mesmo, tão redundante na revista quanto na TV.

A seção “clube do ouvinte”, que aparece algumas vezes na revista, é também um canal de interação com os sócios. Nessa parte não falam de dinheiro, mas privilegiam a amizade e a troca de bens espirituais, como por exemplo a oração de intercessão mútua. Falam sobre os trabalhos e as conquistas, além de enviarem mensagens de Natal, Ano Novo ou Páscoa. Também utilizam jargões motivacionais:

“Nossa alegria é você” (n. 56, p. 8),

É por isso que a pertença ao Clube do Ouvinte é vocação e missão (idem).

Quando nos encontramos, o abraço é forte e feliz; é abraço de quem sabe que somos uma única família (idem).

Ser sócio evangelizador é um chamado de Deus (n. 104, p. 10).

Assim como a TV tem os seus programas-chave, a revista tem as seções principais que visam estabelecer o contato comunitário com os sócios: aquelas escritas por Padre Jonas Abib, Luzia Santiago e Wellington Silva Jardim (Eto). Não é por acaso que são essas pessoas. Elas são as que melhor traduzem o “espírito” da Canção Nova, constituindo-se em trunfos simbólicos capazes de aproximar os sócios da memória histórica, da vida interna e dos valores comunitários cançonovistas.

As outras seções da revista são complementares: “santo do mês”, “palavra da Igreja” e “formação”. Alguns artigos são destinados especificamente ao público jovem, escritos por Dunga, Diego Fernandes e Gabriel Chalita, entre outros. Frequentemente, aparecem arrecadadores em destaque.⁴⁵ Na edição número 62, destacam um homem da cidade de Poços de Caldas (MG) que recolhe as doações de 169 pessoas. Ele diz: “A Canção Nova é tudo para a minha vida, pois ela me apresentou Jesus” (p. 4). Três meses depois (n. 65), aparece uma senhora de Vitória da Conquista (BA), que “trabalha em tempo integral para esta obra de evangelização” (p. 9) visitando e arrecadando as doações de 443 sócios. A arrecadadora vive sozinha e afirma: “Tenho na Canção Nova a minha verdadeira família, meu apoio e companhia” (p. 9). Na edição número 103 é destacado um arrecadador de cada região do Brasil.

Além disso tudo, a *Revista Canção Nova* traz muita propaganda dos eventos e produtos da Canção Nova. Utiliza-se também de práticas/eventos promocionais com premiações para os sócios, como por exemplo: oferta de um CD para quem aumentar a contribuição ou passar a fazê-la por meio do débito automático; sorteio de uma imagem de Nossa Senhora de Fátima vinda de Portugal, que será entregue na casa da pessoa por Eliana Sá (n. 53). Algumas promoções são anunciadas em vários números, especialmente os sorteios

45 “Arrecadadores” são sócios que recolhem as doações de outros sócios e enviam para a sede em Cachoeira Paulista.

de viagens em parceria com a Comunidade Obra de Maria.⁴⁶ Há prêmios especiais somente para os arrecadadores.

Em síntese, a *Revista Canção Nova* funciona como uma mídia complementar à televisão, lançando mão das mesmas estratégias para fidelização dos sócios. Suas principais seções procuram introduzir os sócios no dia a dia da comunidade, cuidar para que eles se sintam corresponsáveis com a missão e com os avanços institucionais. Centrada principalmente nas figuras de Padre Jonas Abib, Luzia Santiago e Wellington Silva Jardim (Eto), a revista até o momento parece cumprir bem seu papel de comprometer os sócios mediante contribuição financeira, através de seus artigos carregados de emoção e produzidos/escritos numa linguagem informal.

6. A Canção Nova como comunidade midiática

Conforme temos advertido, os assuntos tratados e aludidos pelos programas da TV Canção Nova refletem os valores internos da comunidade ou são desdobramentos destes. A nosso ver, isso torna possível que a Canção Nova não só comunique algo, mas apresente-se como uma opção de engajamento comunitário midiático, diferenciando-se dos outros canais católicos. Isso porque ela consegue atrair pessoas para além de uma relação de consumo, uma vez que estas se comprometem com a missão institucional da Canção Nova a partir de uma identificação inicial que, posteriormente, pode se transformar num sentimento de pertença.

Quando perguntamos ao Padre Jonas Abib qual a diferença entre a TV Canção Nova e os outros canais católicos, ele nos fez a seguinte afirmação:

A Rede Vida pegou uma linha muito especial dela. Ela é uma televisão católica, mas que exibe um pouco de tudo. Nós permanecemos na linha de sermos uma televisão (...) evangelizadora. E essa é a diferença também em relação às outras. (...) O fato de crescermos [também] deu uma diferença em relação às demais emissoras. Então, nós estamos um tanto na frente das outras (...). Respeitamos a todas, mas temos que ser sinceros: estamos oferecendo um conteúdo e uma tecnologia melhor (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

46 O principal trabalho da Comunidade Obra de Maria é realizar peregrinações à Terra Santa e aos santuários europeus, utilizando-se para isso de uma agência de turismo própria. A Obra de Maria estabeleceu um escritório de sua agência dentro da Canção Nova em Cachoeira Paulista, usufruindo da divulgação feita pela TV e, em contrapartida, facilitando esse tipo de promoção que premia os sócios cançonovistas.

O maior crescimento da TV Canção Nova em relação aos outros canais católicos é visível e não pode ser negado nem mesmo pelos cançõnovistas. E tudo leva a crer que o Padre Jonas tem razão. O fato de a TVCN seguir uma linha exclusivamente evangelizadora seria o maior motivo desse crescimento bem como o seu principal diferenciador em relação aos outros canais católicos. A Rede Vida, a Século XXI e a TV Aparecida procuram fazer um misto de programação religiosa, cultural e de entretenimento. Ora, uma vez que os canais católicos são predominantemente “para católicos”, a Canção Nova acaba apresentando-se como uma opção melhor, em razão da intensidade da experiência religiosa encantada que ela comunica. Além disso, as televisões católicas não estão em condições de competir de igual para igual com os grandes canais seculares em matéria de programação cultural e de entretenimento. Quem procura unicamente esse tipo de programação tende a não optar por canais religiosos.

A TV Canção Nova tem uma identidade própria, identidade marcadamente impressa no conjunto de sua programação. Os outros canais católicos não conseguiram imprimir essa característica com a mesma intensidade e clareza. Eles são muito heterogêneos em seus programas, enquanto que a Canção Nova privilegia o seu próprio carisma comunitário. A identidade Canção Nova não é somente uma marca comunicacional, mas uma identidade *religiosa e comunitária* adquirida e transmitida com variadas nuances.

O perfil da TV Canção Nova reflete o “jeito de ser” da comunidade (sua identidade), traduzindo-se numa mensagem bastante eficiente porque é simples, clara e cheia de convicção. Além disso, a Canção Nova é uma *comunidade*. Os seus membros vivem uma experiência comunitária e a exprimem midiaticamente. Para utilizar os termos de Castells (1999), a Canção Nova é uma “comuna cultural” que se comunica a si mesma em invólucro midiático. Por causa disso, ela adquire *adeptos* e não apenas audientes.

Não é de hoje que a reflexão sociológica ressalta a possibilidade de que a TV funcione também como espaço de socialização e não de isolamento. Alguns autores são enfáticos ao afirmar que, particularmente no Brasil, a televisão se tornou um espaço de participação na vida conjunta (inclusive política), uma porta para a conexão com a sociedade. Para eles, estar em casa não significa necessariamente ausentar-se do mundo; quando alguém assiste à televisão, pode se sentir participante da comunidade nacional e universal, adquirindo para si uma identidade que o torna igual aos demais (MARTIN-BARBERO, 1997; HARTMANN, 2000; SCHMIDT, 2008).

Essa possibilidade atinge as últimas conseqüências no caso da TV Canção Nova. Os apresentadores conseguem irmanar um número significativo de pessoas em torno dos valores

da comunidade, de maneira que elas se sentem verdadeiras protagonistas da missão institucional. E ainda que a cooperação dos associados se restrinja, na maioria dos casos, à contribuição financeira, o fato de se sentirem “indispensáveis” à missão indica que eles introjetaram a “identidade Canção Nova” e o sentimento de pertença, vinculando-se a esta também em nível religioso e comunitário.

Isso ocorre também porque a Canção Nova oferece algo que as comunidades territoriais católicas, especialmente as paróquias, não disponibilizam: um ambiente, ainda que midiático, emocionalmente envolvente que contrasta com as estruturas frias e anônimas das comunidades religiosas territoriais. É como se a TVCN ocupasse uma lacuna não preenchida em nível presencial. Com efeito, nos locais onde existem outras comunidades de vida no Espírito e os laços presenciais são mais consistentes, a tendência de vinculação religiosa midiática é menor.

Perguntamos também ao Padre Jonas Abib: “Dentre as necessidades que o homem de hoje tem, sobretudo na realidade urbana, quais as que o senhor acha que a TV Canção Nova melhor responde?”. Abib disse que é “uma grande necessidade de Deus”. Para ele, o homem de hoje tem dificuldade de encontrar a Deus e “o estilo de televisão que nós fazemos leva à casa dele um Deus vivo”. Com isso, acrescentou o Padre Jonas, “nós acabamos conquistando as pessoas” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

Responder às necessidades religiosas do homem contemporâneo torna a comunidade midiática Canção Nova uma alternativa mais viável do que as comunidades territoriais, sob diversos aspectos: maior nível de envolvimento emocional, mais calor nas relações e serviço religioso mais eficiente, uma vez que a TV está presente na vida das pessoas vinte e quatro horas por dia. A Canção Nova “não tem hora, não tem tempo” (Luzia Santiago, Entrevista ao Portal Canção Nova, p. 2). É quase uma onipresença na vida do fiel, situação que dificilmente pode ser alcançada pela comunidade territorial.

Há, portanto, uma substituição (ao menos relativa) da referência comunitária territorial por parte daqueles que se tornam sócios da Canção Nova, como indica este depoimento:

Já participávamos de grupos de oração, mas tínhamos sede em servir a Deus de maneira mais intensa. (...) Ao ouvirmos as pregações do Monsenhor Jonas, acendeu em nós o desejo de buscar uma vida de santidade. (...) Viemos em vários acampamentos seguidos e, a partir daí, iniciamos nosso compromisso fiel, como associados, e pudemos colher os frutos desta fidelidade. Tivemos nossos quatro filhos, todos educados nos princípios católicos que aprendemos com a TV Canção Nova, que entra em nossa casa como prioridade desde quando

foi adquirida a geradora de Aracaju. Passamos por vários períodos de dificuldades financeiras neste tempo e, através do Terço da Misericórdia e da *Divina Providência*, rezados fielmente junto à TV, foram superadas (CAB, *Revista Canção Nova*, n. 92, p. 6 – grifos nossos).

O depoimento desse casal é emblemático. Notemos que eles já participavam de um grupo de oração, ou seja, já tinham vinculações com uma comunidade territorial. Contudo, essa comunidade parece não oferecer as condições necessárias à otimização da experiência religiosa deles. Esta parece ser fria e sem encanto, ao contrário das pregações do Padre Jonas Abib, que lhes despertou “o desejo de buscar uma vida de santidade”.

A partir deste e de outros depoimentos, pudemos constatar que o contato entre os sócios e a TV Canção Nova não se limita apenas ao nível subjetivo. Quase sempre estes são levados a assumir um “compromisso de fidelidade”, mediante o qual a TVCN passa a constituir-se uma “prioridade” em suas vidas, tornando-se a principal referência de doutrinação da família. No final do depoimento acima vemos ainda um dos mais fortes elementos do *ethos* da Canção Nova: a fé na divina providência, que tudo pode para aquele que nela acredita. No caso do referido casal, teria sido “através do Terço da Misericórdia e da Divina Providência, rezados fielmente junto à TV” que seus problemas financeiros foram superados.

Ora, tudo isso exprime não apenas a confiança e a aceitação incondicional das crenças e valores da Canção Nova, mas também um verdadeiro sentido de pertença a esta comunidade midiática. Podemos afirmar que ele resulta de um percurso de conhecimento que os telespectadores fazem com a comunidade, através do qual encontram, ao menos parcialmente, a segurança existencial de que não dispõem na sociedade moderna. Estabelecendo relações que se aproximam do tipo “comunitário”, dado o alto grau de sentido de compartilhamento de valores, os sócios da Canção Nova resgatam a pertença comunitária de uma maneira “adaptada” à vida social contemporânea e minimizam os efeitos desestabilizantes oriundos do esfacelamento do sistema comunitário tradicional e das condições criadas pelas novas tecnologias da informação.

Não restam dúvidas de que a interação midiática provoca forte impacto nas tradições religiosas estabelecidas, em alguns casos promovendo um verdadeiro redimensionamento nas práticas das pessoas que aderem às comunidades midiáticas. A nosso ver, um dos impactos mais significativos é o rompimento relativo com os laços comunitários territoriais. Segundo Thompson (1999), em termos de participação ritual, o fiel passa a depender cada vez mais da mídia e a diminuir sua participação presencial nas igrejas.

Não estamos afirmando que a vinculação com a Canção Nova signifique, obrigatoriamente, a total separação entre o sócio e a Igreja territorial. Em alguns casos por nós observados, o contato com a TV até aproximou a pessoa da comunidade local. A verdade, porém, é que um canal como a TV Canção Nova, oferece ao fiel um modo efetivo de pertencimento de forma mais condizente com as condições do mundo contemporâneo. Por exemplo, ela oferece ao adepto a possibilidade de “ser católico” sem sair de casa, proporcionando aos telespectadores uma espécie de catolicização do cotidiano (BRAGA, 2006). Do ponto de vista do receptor, a televisão é uma espécie de templo religioso aberto todos os dias em tempo integral. Enquanto na cosmogonia religiosa, o templo é um lugar de ruptura com o cotidiano (ELIADE, 1996), na televisão ele se insere no dia a dia das pessoas.⁴⁷

Ao adquirir a identidade Canção Nova, as pessoas engajadas em comunidades territoriais estabelecem padrões de comparação entre estas e aquela, tendendo a privilegiar e priorizar uma delas, precisamente aquela com a qual se sentem mais envolvidas emocionalmente. No caso em questão, dependendo da consistência ou fragilidade dos laços comunitários territoriais, tudo parece indicar que, para a maioria dos sócios, é com a comunidade midiática que se sentem mais irmanados do que com a comunidade territorial à qual pertencem originalmente.

A Canção Nova procura minimizar o impacto causado pela introdução de sua mensagem na vida dos católicos, pois esse é um dos pontos nevrálgicos de tensão com a hierarquia da Igreja. A TV é acusada de afastar os fiéis das paróquias e redirecionar os seus dízimos. Por isso, os apresentadores evitam confrontar-se com as comunidades territoriais, motivando os telespectadores a frequentarem os templos e pagarem o dízimo em suas paróquias:

“Uma coisa é o dízimo, outra é a sua contribuição à Canção Nova ou à outra instituição (...). Cada cristão, portanto, é chamado a pagar o dízimo em sua Paróquia, mantendo o custo das mesmas. A contribuição dada à Canção Nova é um algo a mais, é ajudar uma obra de evangelização, assim como se ajuda uma instituição ou obra social” (Wellington Silva Jardim, *Revista Canção Nova*, n. 48, p. 6).

Porém, esse incentivo é discreto, uma vez que a comunidade midiática necessita da adesão dos fiéis aos seus projetos e eventos. Por causa disso, a recomendação de que as

⁴⁷ De fato, em diversas ocasiões em que ligamos a TV para observar a programação da Canção Nova, deparamo-nos com o Santíssimo Sacramento exposto para ser adorado, muito embora estivéssemos no sofá da sala de casa e sem os trajes adequados para uma cerimônia religiosa daquele porte.

peças se engajem em suas paróquias se torna insipiente diante do entusiasmo gerado em torno das promoções da Canção Nova. A tensão fica velada porque os apresentadores não se opõem explicitamente às estruturas tradicionais do catolicismo. Dada a situação por nós relatada, não pode ser de outro jeito. A necessidade de firmar a identidade da Canção Nova e de obter *para ela* a adesão de pessoas conduz à elaboração de um discurso que privilegia a participação na comunidade midiática. Mesmo não sendo esta sua intenção, a Canção Nova acaba por se estabelecer como uma concorrente das comunidades territoriais.

Na entrevista que nos concedeu, o Padre Jonas Abib fez o seguinte comentário a respeito da relação entre a comunidade territorial e a TV Canção Nova:

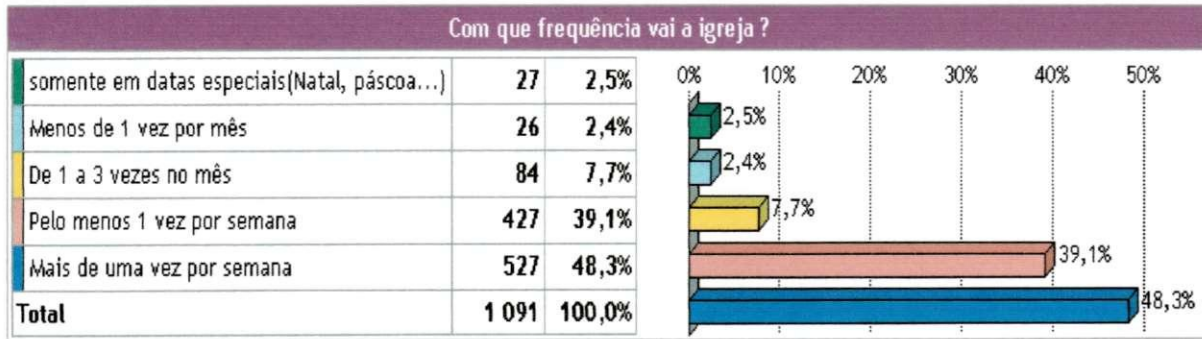
Uma vez que nós favorecemos para que as pessoas tenham um encontro pessoal com Deus, elas, voltando para a Igreja, se tornam capazes de relevar as fragilidades que ela tem. Se não encontrarem ali [na comunidade territorial] tudo o que elas encontram na televisão, elas são capazes de se tornarem membros participantes da comunidade em que estão. (...) Eu percebo que isso está ajudando as nossas paróquias, as nossas comunidades e as nossas pastorais (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008).

A percepção do fundador da Canção Nova não está de todo equivocada. De fato, observamos pessoas que reavivam sua experiência religiosa mediante a TV e procuram se reaproximar da Igreja territorial. Contudo, o contraste entre essas duas unidades comunitárias (a midiática e a territorial) é, na maioria das vezes, muito grande. Por isso, de modo geral, em vez de se estabelecer uma relação de complementaridade, passa a existir, pelo contrário, uma tensão entre aquilo que é experimentado mediante a TV e o que se vive na paróquia ou comunidade local. As comparações são inevitáveis e, com elas, os ciúmes e os conflitos de parte a parte.

Através da *Pesquisa UFCG sócios* procuramos medir os níveis de vinculação dos sócios com as comunidades territoriais. Já sabemos, mediante as tabelas apresentadas anteriormente, que suas relações com a TV Canção Nova são de compromisso e pertença. Qual seria, então, o tipo de vínculo que liga esses sócios às suas paróquias ou comunidades locais? Escolhemos três variáveis que podem servir para medir o nível de engajamento dos sócios com suas paróquias. São eles: frequência, atuação pastoral e contribuição financeira.

Apresentamos em primeiro lugar a questão que diz respeito à frequência dos sócios à Igreja local:

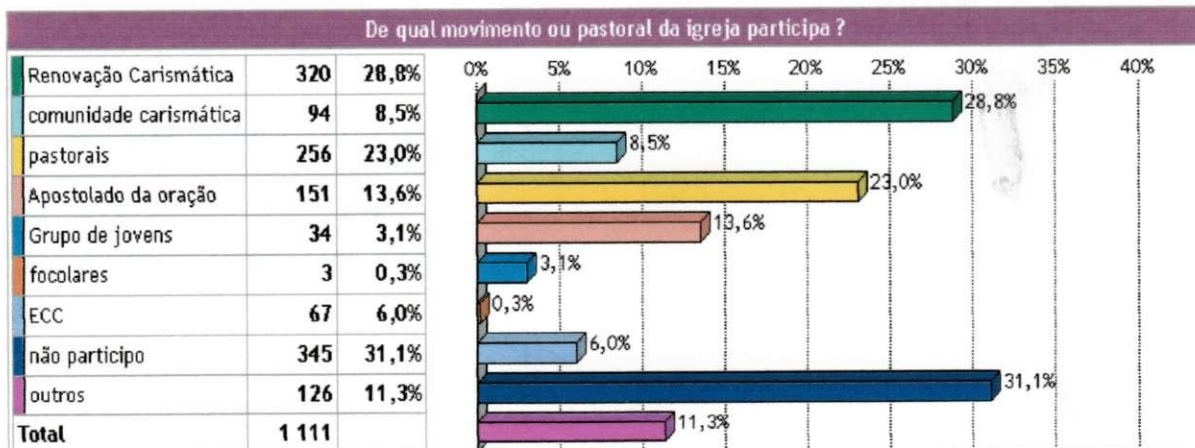
TABELA XX – Frequência dos sócios da Canção Nova à Igreja territorial



A maioria dos sócios da Canção Nova tem algum tipo de relação com a Igreja local, ou seja, com a unidade comunitária territorial, normalmente representada pela paróquia. 87,4% frequentam a Igreja pelo menos uma vez por semana e quase metade o fazem mais de uma vez semanalmente. Podemos supor que a maior parte dessas pessoas já frequentava suas paróquias antes mesmo de conhecerem a TV Canção Nova, uma vez que 77,9% dos sócios já eram católicos praticantes. Provavelmente, uma pequena parcela de pessoas (cerca de 10% dos sócios) se reaproximou da Igreja após ter reavivada sua experiência religiosa mediante a TV.

Esses dados induzem a pensar que a Canção Nova não afasta as pessoas de suas práticas religiosas territoriais, chegando a relativizar a ideia de que a TV promove uma religiosidade privada e intimista. Entretanto, a frequência não significa necessariamente participação ativa ou comprometimento. Daqueles que vão à Igreja toda semana, não se pode afirmar nem mesmo que vão à *mesma* Igreja. Daí a precaução que tomamos acrescentando as variáveis “atuação pastoral” e “dízimo”. Vejamos os dados referentes à primeira:

TABELA XXI – Atuação pastoral dos sócios da Canção Nova



Há um percentual significativo de pessoas que não atua em nenhuma pastoral ou movimento, indicando que pelo menos uma parcela dos sócios da Canção Nova (31,1%) não está propriamente engajada em uma unidade comunitária territorial, embora possa frequentar o templo regularmente. Podemos supor que essas pessoas alimentam sua vida religiosa predominantemente pela TV. Com base nas tabelas XX e XXI, é possível afirmar que a relação midiática com a Canção Nova não induz, necessariamente, à ruptura da relação do sócio com a unidade comunitária territorial, contudo, pode contribuir para intimidar seu engajamento pastoral.

Quanto à contribuição financeira dos fiéis em suas comunidades territoriais, a *Pesquisa UFCG sócios* revela um índice relativamente alto de sócios não dizimistas:

TABELA XXII – Sócios da Canção Nova dizimistas



O índice de sócios não dizimistas (21,4%) também aponta para um relativo afastamento dos sócios de certas obrigações para com suas comunidades territoriais, uma vez que aproximadamente 1/4 se sente desobrigado de contribuir financeiramente com suas paróquias. Contudo, a vinculação com a Canção Nova, por si só, não seria o único fator responsável pelo desinteresse dos católicos de contribuir financeiramente com as unidades comunitárias territoriais. Tudo leva a crer que é a fragilidade dos laços que os unem a estas comunidades que os induz a privilegiar a Canção Nova em detrimento de suas paróquias. No trabalho de campo, várias pessoas declararam que suas doações à TVCN são bastante superiores numericamente ao montante destinado à Igreja local.

Índices semelhantes já haviam sido apontados pela *Pesquisa MIND sócios* (2005): 24,8% de *não dizimistas*. A mesma pesquisa indicou ainda que o percentual dos *não dizimistas* é maior (em relação à média) nas capitais (36,1%) e entre as pessoas com faixa etária 16-24 (44,8%) e 25-34 (34,8%), assim como entre as de escolaridade superior (30,3%), solteiros (35,4%), separados (32,9%) e com renda de 10 a 20 salários mínimos (30,3%).

Como se pode ver, o aumento do percentual nesses segmentos remete a outras variáveis que nos parecem tão significativas no sentido apontado quanto a filiação à Canção Nova, tais como: a) habitantes das capitais, que significa maior fluidez dos laços comunitários

locais; b) jovens – menor poder aquisitivo; c) escolaridade superior – maior autonomia e desconfiança em relação a doações financeiras, assim como maior criticidade diante da Igreja institucional; d) solteiros e separados – maior desencaixe comunitário devido à individualidade e irregularidade da situação sacramental; e) ricos – o comprometimento presencial é mais exigente e com menor possibilidade de se esquivar quando houver interpelação para a partilha de bens.

Interessante observar ainda que, segundo a mesma pesquisa, o índice dos que são dizimistas aumenta substancialmente em relação à média entre as pessoas com mais de 60 anos (86,2%), viúvas (85,6%) e de escolaridade primária (83,3%). Note-se que esses segmentos são compostos por pessoas cuja situação de vida (idade avançada e sem muita instrução) as mantém mais ligada à tradição. Esse apego impede essas pessoas de romperem com a unidade comunitária local, embora não as impeça de privilegiarem os vínculos midiáticos. Se o percentual de dizimistas sobe em relação à média nesses segmentos, disso se depreende que ele fica abaixo da média nos outros segmentos menos fixos à tradição.

Muito provavelmente, o percentual de *não dizimistas* não aumentou de 2005 para cá (comparadas as duas pesquisas) porque a maior parte dos sócios da Canção Nova continua sendo a mesma, ou seja, católicos tradicionais (sobretudo idosos), mais propensos a identificarem a doação “a Deus” com o dízimo paroquial. Lembremos que os sócios contribuem com a Canção Nova porque também a consideram como “uma obra *de Deus*”. Esse qualificativo atribuído à missão da TVCN faz com que se torne plausível a doação, ainda que esta seja “desviada” do dízimo institucional.

Na sociedade contemporânea, as pessoas tendem a contribuir financeiramente não por tradição e sim quando se sentem motivadas para tal. A doação financeira será cada vez mais um sintoma de pertença. Os membros de uma comunidade territorial que não encontram nela o ambiente comunitário favorável à sua experiência religiosa, após adquirirem sentido de pertença à Canção Nova, rompem relativamente com a comunidade local. E o reflexo disso é o redimensionamento ao menos parcial de suas doações.

Estamos convencidos de que há uma relação de conflito entre a comunidade midiática e a comunidade territorial. No caso da Canção Nova, o sócio pode até tentar conciliar, mas não tem como se eximir dos contrastes. A comunidade midiática Canção Nova se constitui, portanto, numa espécie de referência comunitária com a qual os seus sócios mantêm uma relação que, embora não exclusiva, afeta as relações comunitárias locais. Com isso, completa-se a função dos programas religiosos de serem uma comunidade “enquanto conjunto de

operações complexas que envolvem interesses, objetivos, pessoas, projetos, interações sociais e mediações de comunicabilidade” (CARRANZA, 2005, p. 302).

Ramos (2005, p. 179) chega a admitir a “supressão da paróquia como instância de vivência da fé em comunidade”. Para ele, surge em seu lugar uma comunidade espacialmente *separada* pela virtualidade: “O acesso a essa nova comunidade só se dá mediante o uso de equipamentos tecnologicamente avançados, principalmente dos aparelhos de TV e rádio e dos computadores” (RAMOS, op. cit., p. 179). No caso do catolicismo, isso ocorre também porque a nova dinâmica da sociedade contemporânea colocou em xeque os fundamentos que davam sustentabilidade à paróquia: o centralismo, o verticalismo e a territorialidade (TORRES-LONDOÑO, 1997).

A questão a respeito da participação em pastorais e movimentos revela outro dado importante: a influência da Canção Nova extrapolou o âmbito da Renovação Carismática (apenas 28,8% dos seus sócios declaram-se participantes desse movimento eclesial). Ela adquiriu simpatizantes entre católicos pertencentes às pastorais convencionais (23%) e a movimentos tradicionais, como o apostolado da oração (13,6%). Na *Pesquisa MIND sócios* era 57,1% de participantes de grupo de oração da RCC. Essa alteração de quase 30 pontos percentuais permite afirmar que, antes completamente dependente do movimento carismático para se manter financeiramente, a Canção Nova, através de sua força midiática, modificou essa situação, sendo que, atualmente, é a Renovação Carismática que mais necessita da Canção Nova para afirmar publicamente a sua identidade pentecostal.

Quando falamos da Canção Nova como “comunidade midiática”, estamos nos referindo à natureza das relações estabelecidas entre a instituição e seus sócios, que são relações de compromisso e pertença que se aproximam do tipo “comunitárias” e que são sustentadas predominantemente através da televisão e independentemente das relações presenciais. Não estamos defendendo que a comunidade se constrói em um ambiente virtual abstrato, sem que os sócios a referenciem levando em conta também o seu espaço territorial, sobretudo sua sede em Cachoeira Paulista.⁴⁸

Na *Pesquisa UFCG sócios* procuramos medir o modo como os sócios da Canção Nova percebem o território geográfico da comunidade através de questões relacionadas ao seu desejo de conhecer a sede e as impressões obtidas em eventuais visitas. Vejamos as tabelas:

⁴⁸ Até porque é *da sede* em Cachoeira Paulista que a Canção Nova emite sua mensagem, apresentando o estilo de vida dos cançonovistas *ali residentes*.

TABELA XXIII – Sobre o desejo de conhecer Cachoeira Paulista

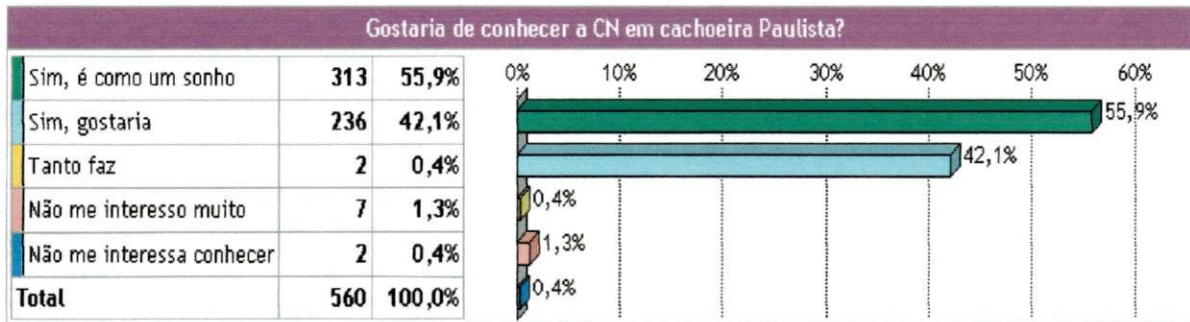
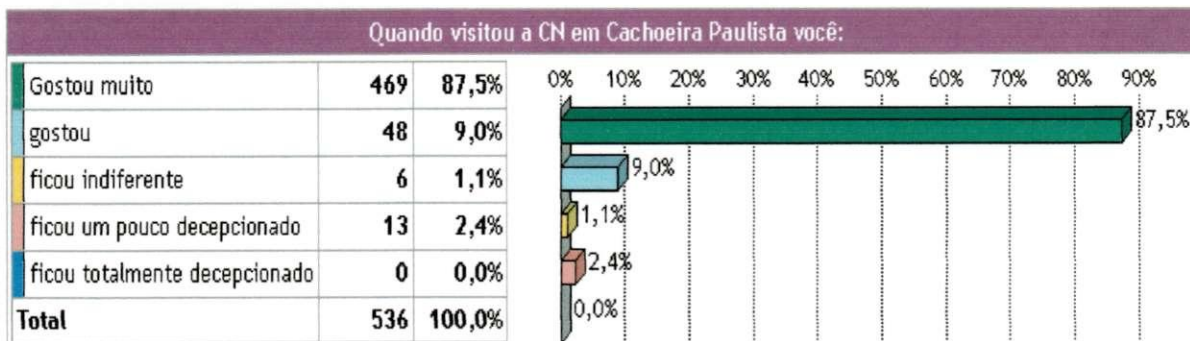


TABELA XXIV – Níveis de satisfação com a visita a Cachoeira Paulista



O fato de as relações estabelecidas entre a Canção Nova e seus sócios serem predominantemente midiáticas não significa que as relações presenciais e o espaço territorial não tenham importância na construção do sentido de pertença comunitário. Assim como não entendem a Comunidade independente de sua ação televisiva, os sócios da Canção Nova também não a compreendem separada de seu elemento territorial, como se pode constatar na tabela XXIII: o percentual daqueles que nunca visitaram a sede e que gostariam de fazê-lo é de 98%. Entre aqueles que já visitaram, o nível de satisfação é muito grande, conforme demonstra a tabela XXIV (87,5% gostou muito e 9% gostou).

Contudo, o desejo que os sócios da Canção Nova têm de conhecer a sua sede não decorre da fragilidade das relações construídas mediante a TV, mas justamente de sua solidez. No seu conjunto, os dados indicam que as pessoas querem conhecer de forma presencial aquilo que conhecem midiaticamente e que, apesar disso, na maioria dos casos a relação presencial não aumenta ou diminui o sentido de pertença adquirido pela via midiática.

Argumentamos que o anseio dos sócios por conhecer Cachoeira Paulista tem a ver acima de tudo com as ligações quase familiares que eles adquirem com os cançonovistas por meio da televisão. Mas também pode ser o resultado da inserção da Canção Nova num dos

circuitos turísticos religiosos brasileiros que mais atraem devotos: aquele que inclui o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida e que, mais recentemente, incorporou os lugares em que viveu o Frei Antonio de Santana Galvão (Guaratinguetá – SP), primeiro brasileiro nato a ser canonizado pelo Vaticano.

O grau de satisfação daqueles que visitam Cachoeira Paulista também pode estar relacionado com o fato desta ser uma ocasião em que as pessoas se desvinculam das preocupações do dia a dia e vivem momentos de descontração através do turismo devocional e do enlevo espiritual. Com efeito, nos “acampamentos de oração”, os fiéis têm a oportunidade de experimentar vivências religiosas subjetivas através da linguagem, do corpo e dos sentidos, como elementos de uma totalidade produtora de orações e de situações que conduzem a experiências místicas. Nessas ocasiões, frequentemente ambientalizadas no palco-altar frente às câmeras e apoiada em melodias, canções e acordes suaves, as pessoas superam a vergonha e se expressam publicamente esperando que a ação do Espírito Santo se realize de maneira plena (PEREIRA, 2008, 2009).

Oliveira (2003) ressalta que o tipo de experiência vivida pelas pessoas que frequentam os “acampamentos de oração” consiste em “sentir a presença de Jesus”, elemento que torna o espaço em Cachoeira Paulista um lugar de contato com o sobrenatural. No decorrer de sua argumentação, essa autora transcreve um depoimento colhido que vale a pena ser destacado. Falando do que experimentou na Canção Nova, um rapaz cognominado Felipe disse: “Um encontro pessoal com Deus... Sabe o que é isso? Foi na Canção Nova. Ele [Deus] estava ali. Ele e todos os seus anjos. Eu O senti, eu O experimentei. Ele é o ar que está em toda parte. É como se eu fosse um copo vazio a ser preenchido, inundado por Deus. Ele Se entornou dentro de mim” (OLIVEIRA, op. cit., p. 13).

A nosso ver, o elemento geográfico e as relações presenciais estão presentes na percepção que os sócios têm da Canção Nova. Contudo, esses dois aspectos não são determinantes na construção e manutenção dos vínculos comunitários midiáticos. Para chegar a essa conclusão, além do tudo o que já apresentamos nesta tese, fizemos um comparativo dos dados levantados na *Pesquisa UFCG sócios* entre os estados de São Paulo e do Ceará, respectivamente o mais próximo e o mais distante de Cachoeira Paulista entre os estados em que aplicamos a pesquisa.⁴⁹

49 A *Pesquisa MIND sócios* indicou que quanto maior for a distância, menor o percentual daqueles que mantêm relações com a sede. Os maiores índices de “nunca visitou” aparecem nos seguintes estados: Acre (100%), Amazonas (100%), Alagoas (94,7%), Sergipe (94,7%), Maranhão (92,6%) e Pernambuco (92,6%), todos estados do Norte-Nordeste. Por sua vez, o índice cai bastante em São Paulo (38,9%) e Rio de Janeiro (35,3%), as regiões mais próximas.

O perfil dos sócios de ambos os estados é relativamente assemelhado. Contudo, no Ceará há maior presença de casados (48,1%, contra 37,2% em São Paulo), maiores de 60 anos (54,3%, contra 44,5%) e de pós-graduados (Ceará: 21%, São Paulo: 8,5%).⁵⁰ A julgar pelo aumento dos percentuais daqueles que possuem computador com internet em casa, cartão de crédito e celular, parece que os sócios cearenses apresentam maior poder aquisitivo. É o que demonstra a seguinte tabela comparativa:

TABELA XXV – Comparativo São Paulo/Ceará 1

POSSUI	SÃO PAULO	CEARÁ
Celular	73,80%	90,10%
Cartão de crédito	65,20%	80,90%
Computador com internet	48,80%	63,60%

Oriundos do catolicismo (maioria de católicos praticantes), os sócios de ambos os estados se diferenciam quanto ao modo como conheceram a Canção Nova e no quesito “visitou Cachoeira Paulista”:

TABELA XXVI – Comparativo São Paulo/Ceará 2

QUESITO	SÃO PAULO	CEARÁ
Era católico praticante antes de conhecer a Canção Nova	79,30%	84,00%
Conheceu a Canção Nova mediante a TV	37,80%	54,90%
Nunca visitou Cachoeira Paulista	42,10%	75,30%

Obviamente, os motivos dessas variações estão relacionados com a distância geográfica. Os sócios do Ceará estão mais impossibilitados de estabelecer relações presenciais com a Canção Nova e a maioria tomou conhecimento de sua existência mediante a TV. A

⁵⁰ Juntando os graduados e pós-graduados, eles totalizam 51,9% dos sócios do Ceará contra 37,8% em São Paulo.

pergunta que surge naturalmente é se as relações midiáticas são mais ou menos intensas no caso dos cearenses. É o que veremos na tabela seguinte:

TABELA XXVII – Comparativo São Paulo/Ceará 3

QUESITO	SÃO PAULO	CEARÁ
Assiste à TV todo dia	40,90%	59,90%
Assiste à TV mais de 1h/dia	45,70%	53,80%
Considera “ótima” a programação	52,40%	68,50%

Como podemos observar através da tabela XXVII, os sócios do Ceará têm relações midiáticas um pouco mais intensas. Podemos supor que essas relações tendem a aumentar na proporção que aumenta a distância em relação à sede. Essa variação pode ser considerada natural, uma vez que para esses sócios a menor possibilidade de contato presencial é compensada com maior audiência à TV.

Ainda que as relações presenciais não sejam determinantes para o aumento ou diminuição dos vínculos midiáticos, podemos afirmar, com base na tabela XXVII que a maior distância geográfica pode fazer com que as relações midiáticas sejam ainda mais intensas. Isso fica mais evidente quando comparamos os seguintes percentuais:

TABELA XXVIII – Comparativo São Paulo/Ceará 4

QUESITO	SÃO PAULO	CEARÁ
A CN influencia minha vida (concordo <i>totalmente</i>)	67,10%	81,50%
A CN é <i>fundamental</i> para minha vida religiosa	43,90%	51,90%
Contribuí com a CN porque ela é “uma obra de Deus”	84,80%	89,50%
Gostaria de visitar Cachoeira Paulista	40,20%	73,90%

Nos quesitos avaliados na tabela XXVIII, há variações para mais nos percentuais dos sócios do Ceará em relação aos de São Paulo. Os índices confirmam o maior grau de pertença dos sócios mais distantes, que se reflete inclusive no maior anseio de visitar a sede em Cachoeira Paulista. Como podemos observar, alteram-se os níveis de relação com a base territorial da Canção Nova sem que diminuam (pelo contrário, aumentam) as relações midiáticas.

Curiosamente, os percentuais que indicam rompimento com as comunidades territoriais não se alteram substancialmente quando comparados os dois estados. Vejamos:

TABELA XXIX – Comparativo São Paulo/Ceará 5

QUESITO	SÃO PAULO	CEARÁ
Vai à Igreja pelo menos uma vez por semana	90,20%	91,40%
Não participa de nenhuma pastoral ou movimento	36,00%	40,10%
Não dizimista	20,70%	23,50%

Sendo mais intensas, as relações midiáticas deveriam provocar ainda maior afrouxamento das relações territoriais, o que não ocorre. Isso pode ser explicado pelo fato de que, conforme já advertimos, os sócios cearenses são mais apegados ao catolicismo tradicional. De maneira geral, podemos afirmar que o comparativo entre os dois estados reforça nossa argumentação de que a Canção Nova se constitui uma “comunidade midiática”.

Sinteticamente, podemos caracterizar o percurso feito pela Canção Nova para estabelecimento da “comunidade midiática” da seguinte maneira: em primeiro lugar, ela se constitui como “comunidade”, transmitindo pela televisão a experiência comunitária vivida internamente (e não outra) sob um invólucro midiático. Nesse particular, a Canção Nova não economiza na *performance*, lançando mão dos recursos imagéticos da TV e criando uma espécie de ambiente virtual emocionalmente envolvente. Com isso, ela introduz o seu público no dia a dia da comunidade e coloca os telespectadores em contato com o seu *ethos* interno.

Por sua vez, os telespectadores (pelo menos uma parte deles) se *identificam* com esse estilo de vida, a ponto de construir com a comunidade uma relação que não se caracteriza como uma relação de consumo, mas de pertença. Esse público se associa à Canção Nova e interage com ela por meio das mídias conectadas. Nela encontra um ambiente comunitário,

ainda que midiático, que contrasta com a frieza das relações comunitárias religiosas territoriais.

Uma vez que os sócios adquirem *sentido de pertença*, a Canção Nova requisita deles um *compromisso fidelizado*, ou seja, a corresponsabilidade para com a sua missão, que deve se manifestar especialmente por meio da doação financeira. Motivados pelo entendimento de que a Canção Nova é “uma obra de Deus”, os sócios aderem prontamente ao apelo cançãoovista e sentem-se protagonistas de sua missão institucional. O percurso é, portanto: identificação, sentido de pertença e compromisso fidelizado (que plenifica a adesão comunitária). A diferença entre o compromisso e os níveis anteriores de relação é que aquele se reveste de particular objetividade (doação financeira, arrecadação, “algo a mais”).

A adesão é emocionada e fiel. Estabelece-se, então, uma interação bastante intensa, mediante a qual os valores cançãoovistas são absorvidos em certa medida pelos seus sócios e por eles propalados. Estes rompem relativamente com as unidades comunitárias territoriais e colocam a Canção Nova entre suas prioridades, uma vez que a consideram algo fundamental em suas vidas.

Essa interação dá origem à “comunidade midiática”, caracterizada como uma rede de pessoas unidas entre si através de uma mídia. De maneira geral, podemos concluir que o tipo de interação que existe entre a Canção Nova e seus sócios se traduz em “relações comunitárias midiáticas”. Conforme demonstramos, o estabelecimento desse tipo de relação é o ponto ápice da mídia religiosa confessional, ou seja, o momento em que ela atinge o melhor de seu desempenho comunicacional.

O que existe entre a Canção Nova e seus sócios são relações que se aproximam do tipo “comunitárias” porque: a) um conjunto de valores é compartilhado por comunitários e sócios; b) existe interação, ou pelo menos uma “quase-interação”; c) as relações são relativamente estáveis e outorgam certa segurança existencial, embora não haja instrumentos de controle; d) os sócios são *adeptos* e não apenas contribuintes ou consumidores.

Outrossim, essas relações são “midiáticas” porque: a) estabelecem-se predominantemente através de mídias, especialmente a televisão; b) a comunidade é relativamente desterritorializada, pois os membros estão dispersos em várias partes e unidos entre si por meio de um ponto comum midiático; c) a interação se dá por meio de um retorno diferido e difuso e mediante mídias conectadas; d) permitem ao indivíduo manter um raio de autonomia individual, podendo ele a qualquer momento escolher continuar ou não na comunidade.

Em princípio identificada como desinstitucionalizante, a religiosidade contemporânea parece, na verdade, conter novas formas de organização e/ou transformações nas instituições tradicionais (MARIZ, 2003). Pelo menos no caso da Canção Nova, a religiosidade midiática é em grande medida institucionalizadora, uma vez que não apenas promove práticas privadas, mas origina uma rede comunitária midiática. Esse tipo de comunidade é exemplar do modo como se apresenta o fenômeno comunitário contemporâneo, sobre o qual discorreremos no capítulo seguinte.

CAPÍTULO IV

**COMUNIDADE E SOCIEDADE
INFORMACIONAL**

1. Comunidade e “religião experiencial”

Até aqui, discutimos a comunidade midiática, tomando como *locus* de estudo a TV Canção Nova, para evidenciar as características e os modos de funcionamento dessa nova forma comunitária, como resposta adequada e eficiente às exigências da contemporaneidade. Na Canção Nova, as “relações comunitárias midiáticas” permitem que os adeptos adquiram sentido de pertença religioso-comunitário e, ao mesmo tempo, mantenham intacto seu direito individual e sua liberdade de optar por cumprir ou não as normas da comunidade.

Argumentamos, outrossim, que assistimos hoje a um novo fenômeno comunitário no qual os indivíduos acorrem em busca de experiências coletivas, motivados especialmente pela necessidade de adquirir segurança existencial num mundo que se tornou extremamente individualista e competitivo. Com efeito, nossa pesquisa empírica revelou que as comunidades de vida no Espírito se constituem como uma, dentre as inúmeras possibilidades de vivência comunitária na contemporaneidade e que o fenômeno pode se dar, inclusive, por via midiática, curiosamente, pela mesma mídia que teria contribuído para o desmonte da comunidade tradicional.

Cumpre-nos, neste último capítulo do nosso trabalho, discorrer sobre as características desse fenômeno comunitário, levando em conta o novo contexto gerado pela sociedade informacional. Nossa intenção primeira é discutir a partir de que concretamente se amoldam as experiências comunitárias contemporâneas, ocasião em que privilegiaremos aquilo que denominamos de “religião experiencial”. Em seguida, procuraremos demonstrar que as comunidades de hoje restringem apenas parcialmente a autonomia dos indivíduos e, por essa razão, também atuam em favor da individualidade enquanto valor incontestável da modernidade. Além disso, sustentaremos que essas comunidades representam identidades coletivas que se constituem dentro de um novo sistema comunitário “em rede”. A discussão será levada a efeito em diálogo constante com a literatura especializada e em confronto direto com a realidade por nós observada na pesquisa de campo.

De acordo com os estudiosos do assunto, as mudanças sociais ocorridas na modernidade, teriam, como que, esfacelado o sistema comunitário tradicional, especialmente por meio da midiática da sociedade e da conseqüente emergência da chamada “sociedade informacional”. Para diversos autores – com os quais concordamos – o processo de atomização dos indivíduos gerou uma situação psicologicamente intolerável e terminou por predispor-los a um desejo de integração a um modo de vida comunitário. A esperança de que o Estado nacional substituísse o regime comunal mediante o asseguramento dos direitos

individuais e das garantias coletivas foi frustrada. Sabemos hoje que a sociedade não conseguiu encontrar um mecanismo que preenchesse o vácuo criado pelo desaparecimento da comunidade tradicional.

Nas sociedades modernas, os valores comuns e obrigatórios não são mais *dados* a todos e com isso está posta a condição para a difusão das crises de sentido tanto subjetivas quanto intersubjetivas. Os padrões, códigos e regras que podiam ser selecionados como pontos estáveis de orientação estão cada vez mais em falta (BAUMAN, 2001). Os indivíduos passam a ter que reinventar o mundo a cada dia a partir de uma pretensa autonomia radical. Berger & Luckmann (2004, p. 54) asseguram que “há pessoas que suportam esta exigência; e algumas até parece que se sentem bem com ela. (...) A maioria, porém, sente-se insegura num mundo confuso e cheio de possibilidades de interpretação e, como alguns desses também estão comprometidos por diferentes possibilidades de vida, sentem-se perdidos”.

É característica muito difundida dos homens e mulheres contemporâneos viverem permanentemente com um “problema de identidade”. Eles sofrem pela falta de recursos com os quais possam construir uma identidade verdadeiramente sólida e duradoura (BAUMAN, 1998). É então que os indivíduos tendem a ver na experiência comunitária algo capaz de suprir o vazio de sentido e devolver a segurança existencial que dificilmente pode ser encontrada nas relações do tipo societárias.

Interessante perceber que é do epicentro de um individualismo exacerbado que surge a proposta comunitária como nova possibilidade de sociabilização e que a própria expansão do pluralismo e do relativismo produziu o reforço das aspirações comunitárias (PAIVA, 1998; HERVIEU-LÉGER, 2008). Parece até que os seres humanos dispõem de um “instinto de comunidade” que faz com que eles queiram experimentar de novo esse tipo de existência social (KELLNER-ROGERS & WHEATLEY, 1998).

Em situações sociais em que as mudanças acabam por não corresponder plenamente às expectativas, como a que se gerou com o desmantelamento da comunidade tradicional e a aposta na individuação radical sugerida pela modernidade, os indivíduos, não raras vezes, tendem a pleitear um retorno às formas estruturais do passado. Certamente, isso pode estar na base dessa reafirmação dos valores comunitários a que se assiste atualmente, pois “quando o mundo se torna grande demais para ser controlado, os atores sociais passam a ter como objetivo fazê-lo retornar ao tamanho compatível com o que podem conceber” (CASTELLS, 1999, v. 2, p. 85).

Todavia, a proposição de que estaríamos assistindo a um “retorno” ao passado não se sustenta quanto observamos o fenômeno mais de perto. As condições atuais em que se

encontram a sociedade e os indivíduos não permitem que as comunas antigas sejam restabelecidas com seus muros quase intransponíveis, impondo-se sobre as pessoas como alternativa única de convívio social. Conquanto possam se inspirar em valores tradicionais, as comunidades de hoje adaptam-se gradativamente às exigências da modernidade e do novo contexto informacional.

O problema que surge inicialmente é saber a partir de que concretamente se amolda uma comunidade na sociedade atual, uma vez que a experiência comunitária não é mais um fenômeno “natural” e que as relações societárias, por si sós, não têm potencial para gerá-la, mas, pelo contrário, foram responsáveis pelo esfacelamento de sua forma tradicional. Especialmente no mundo urbano, é bastante reduzida a possibilidade de surgirem relações calcadas em bases comunitárias a partir da simples convivência entre os indivíduos nos diversos ambientes (empresa, vizinhança, etc), pois “a cidade é o lugar da multiplicação dos papéis, da separação, da crise de identidade” (PAIVA, 1998, p. 83).

Variados autores consideram que, no mundo de hoje, as comunidades podem surgir a partir de interesses mútuos diversos, afinidades afetivas, minorias étnicas ou até mesmo do compartilhamento territorial ou de classe.¹ Bauman (2003), por exemplo, aponta para a emergência de um comunitarismo étnico contemporâneo que, entretanto, para ele, é produto dos limites impostos de fora e só secundariamente do autocerçamento. As minorias étnicas não são, segundo Bauman, “comunitaristas naturais”, mas seu comunitarismo é resultado de expropriação. Assim, os indivíduos são como que obrigados a assumir o dever comunitário de pertença, sob pena de serem rotulados de traição e tornarem-se inimigos do grupo, momento em que a fraternidade proclamada revela sua face fratricida.²

Nossa pesquisa não nos autoriza a perfilar de maneira abrangente as condições nas quais se torna possível, na sociedade contemporânea, a formação de comunidades. Contudo, pelo fato de que, em certo sentido, a presente tese partiu da clássica obra de Ferdinand Tönnies (*Comunidade e Sociedade*), vamos aludir a ele para em seguida, caracterizar aquilo que consideramos como vetor que contém grande possibilidade de gerar comunidades em

1 Uma reportagem jornalística feita nos Estados Unidos sobre “estilos de vida alternativos” relacionou, entre outras, as seguintes categorias de comunidades: a comuna agrícola ou de subsistência, a comuna de ação política, a comuna de serviço social, a comuna artística, a comuna educativa, a comuna homossexual, a comuna cigana e a comuna de vizinhança (cf. SCHERER, Jacqueline. Alguns paradoxos das comunidades contemporâneas: uma visão sociológica. In. GREGORY, Afonso (org). *Comunidades eclesiais de base: utopia ou realidade*. Petrópolis: Vozes, 1973, pp. 97-123). Embora ampla e relativamente imprecisa, essa tipologia dá uma ideia da diversidade de experiências comunitárias observadas na contemporaneidade.

2 Castells também faz ressalvas quanto à formação de comunidades a partir de um componente étnico, pois ele “não fornece as bases para os paraísos comunais da sociedade em rede por estar fundamentada nos vínculos primários que perdem o sentido, quando extraídos de seu contexto histórico” (CASTELSS, Manuel. *O poder da identidade*. 2 ed. Tradução de Klaus Braudini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 2, p. 78).

acordo com a lógica da sociedade atual: a experiência religiosa ou, melhor dizendo, a “religião experiencial”.

Tönnies (1973) considerava que as possibilidades de formação de uma comunidade das vontades humanas se apresentam (nesta ordem): nos laços de sangue, na aproximação espacial e, finalmente, na aproximação espiritual. Das três possibilidades, consideramos que aquela que emerge com maior força no mundo de hoje é a aproximação espiritual. Isso ocorre especialmente pelo fato de que as relações de parentesco e de vizinhança sofreram modificações substanciais, envolvidas no ciclo de transformações pelas quais passou a estrutura social baseada em comunidades. A família sofreu um processo de heterogeneização, mediante o esfacelamento do modelo patriarcal. Por outro lado, a referência territorial – fundamental à comunidade tradicional – foi reconfigurada pelas novas tecnologias da informação.

Entre as comunidades “de espírito”, a comunidade religiosa é “ao mesmo tempo, a última e mais alta manifestação da qual a idéia de comunidade é capaz” (TÖNNIES, 1973, p. 106). Por causa disso, falar em comunidade significa quase sempre entrar no campo religioso. Especialmente nos dias de hoje, “muitas comunidades que se estabelecem a partir de uma seita religiosa possuem um poder de realização considerado maior do que o de grupos que se formam com propósitos definidos e previamente estabelecidos” (PAIVA, 1998, p. 92). A religião é, portanto, um dos principais elementos definidores de comunidade na sociedade atual.

No entanto, não estamos falando da religião em geral. Na sociedade contemporânea, não é a simples existência da religião que funciona como elemento definidor de comunidade. Com efeito, as religiões tradicionais parecem ter, hoje em dia, muito pouco dessa capacidade, como se pode observar, por exemplo, nas instituições organizadas em torno de sistemas religiosos herdados (como o catolicismo tradicional). O mesmo pode ser dito a respeito dos movimentos cujo objetivo é responder exclusivamente às demandas religiosas subjetivas dos indivíduos (como a Igreja Universal do Reino de Deus).

A religião que tem grande possibilidade de gerar comunidade em acordo com a lógica da sociedade atual é aquela do tipo “experiencial”, ou seja, a vivência religiosa na qual os indivíduos passam por uma experiência mística a partir de seus próprios anseios individuais e de suas buscas existenciais mais profundas. Através dela, os indivíduos não apenas aderem mecanicamente a um corpo normativo, mas encontram respostas às questões espirituais mais íntimas, ocasião em que o próprio culto religioso deixa de ser um devocionismo ritualista e tende a materializar aquilo que é efetivamente vivido no campo da espiritualidade.

Trata-se, portanto, de uma trajetória religiosa coerente com os princípios da modernidade que, no âmbito psicológico, “exige, de certa maneira, que o homem se pense a si mesmo como individualidade e trabalhe para conquistar sua identidade pessoal, além de toda identidade herdada ou prescrita” (HERVIEU-LÉGER, 2008, p. 60-61). Esse tipo de experiência religiosa, que pode acontecer em meio a antigas ou a novas formas de religiosidade, tende a colocar os sentidos a serviço de uma formulação *racional* da identidade pessoal, momento em que as sensações experimentadas funcionam como “argumentos” em favor da adesão religiosa, de maneira que esta é compreendida como uma decisão pessoal do sujeito e não como algo que a ele se impôs. Conforme advertem Anjos & Carranza (2010), o fortalecimento moderno da autonomia individual realçou sobremaneira a liberdade de pensar e agir deste mesmo indivíduo, permitindo que a subjetividade seja entendida não como um conjunto de sentimentos e emoções, mas como um conceito que resgata a capacidade e os modos de ação do sujeito humano.

Carlos Alberto Steil (2001) chega a dizer que, nas experiências religiosas de hoje, foi superada a oposição entre emoção e razão, ficando em seu lugar uma nova relação onde razão e coração andam juntos. Segundo esse autor, o indivíduo religioso contemporâneo não tem mais que escolher entre o dogma e a experiência, mas pode buscar a autenticidade afetiva nas vivências espirituais incorporadas nas trajetórias pessoais. Isso se daria no momento em que a religião deixa de ser fundante do social, enquanto sua base ou forma de organização, pois assim estão criadas as condições para que diferentes grupos religiosos atuem no nível da cultura e do conhecimento.

De maneira geral, os estudiosos reconhecem a importância da experiência religiosa para a construção de identidades coletivas na sociedade contemporânea, uma vez que através dela as pessoas expressam uma espécie de nostalgia pelo ideal de comunidade (AMARAL, 2000; STEIL, 2001). O experimento religioso seria o momento em que se estabelece uma comunhão coletiva susceptível de se estabilizar na forma de uma identificação comunitária, inclusive porque os indivíduos necessitam encontrar no exterior a garantia da plausibilidade de suas crenças.

Durante séculos, esta confirmação lhes fora fornecida por códigos globais de sentido (sistemas religiosos ou filosóficos, ideologias políticas, etc) garantidos pelas instituições e seu clero. Esses dispositivos de validação institucional funcionam hoje de maneira caótica. Portanto, é antes de tudo na troca mútua que os indivíduos podem esperar encontrar os meios de

consolidar o universo pessoal de sentido dos quais se servem (HERVIEU-LÉGER, 2008, p. 158).

Com base em nossa pesquisa, podemos afirmar que a experiência religiosa pode iniciar um percurso de conhecimento e de identificação, a partir do qual os indivíduos adquirem sentido de pertença religioso-comunitário ao qual correspondem mediante associação com outros que fizeram o mesmo percurso. Contudo, é necessário que na raiz dessa experiência esteja a busca *de sentido* e não a simples procura por satisfações espirituais, característica da religiosidade de consumo. A religiosidade de consumo obscurece a necessidade de validação da crença e, mais ainda, do estabelecimento de relações estáveis. A “religião experiencial”, pelo contrário, acende a ideia de comunidade e solicita do indivíduo que encontre pares com os quais compartilhe perenemente e aprofunde maiormente os valores adquiridos.

A “religião experiencial” comporta uma vivência espiritual transcendente potencialmente individual (ainda que oportunizada por reuniões coletivas), que encontra o seu ponto privilegiado de atualização quando se manifesta agregativamente. Ela resulta das aspirações individuais que podem ser consideradas legítimas, quando levamos em conta a necessidade atual que as pessoas têm de encontrar identidade e sentido de vida. A religiosidade consumista, por sua vez, é uma religião forjada pela sociedade de consumo, na qual se assiste à transformação dos fiéis em consumidores ou em fãs, deixando tênues as fronteiras entre espetáculo, consumo e religiosidade. Ela apenas cria sucessivas pseudonecessidades espirituais que devem ser supridas, ainda que aparentemente, pela mediação das imagens, encenações e representações (CARRANZA, 2005; RAMOS, 2005).

As observações que fizemos nas comunidades de vida no Espírito, especialmente na Comunidade Canção Nova, permitem-nos aventar a hipótese de que, conquanto a religiosidade contemporânea seja marcada por alto teor de subjetivação e expectativas consumistas,³ ela não perdeu, em algumas de suas facetas, seu conteúdo comunitário, pois isso pertence à própria natureza da experiência religiosa. A partir dessa ótica, a “religião experiencial” estaria mais em acordo com o “espírito” religioso, que seria essencialmente comunitário.

3 Segundo Steil, “do ponto de vista dos atores individuais, as religiões não estariam em competição entre si, mas se somariam em vista da garantia de uma maior proteção para aqueles que as buscam como resposta à sua aflição” (cf. STEIL, Carlos Alberto. *Pluralismo, modernidade e tradição: transformações do campo religioso. Ciências Sociais e Religião*, Porto Alegre, v. 3, n. 3, p. 115-129, 2001, p. 121).

Aqui surge uma questão importante: como pode uma experiência potencialmente *individual* conter uma expectativa de vivência *comunitária*? Isso se explica pelo fato de que a experiência religiosa, embora individual, não é “solitária”. Ela consiste numa relação com um “Radicalmente Outro”, descrita habilidosamente por Simmel (1973, p. 74):

O homem religioso sente-se plenamente envolvido no ser divino, como se não fosse mais que uma pulsação da vida divina; sua própria substância evaporou-se (...) na substância absoluta. Não obstante, para que esta fusão tenha sentido, o homem tem de conservar de alguma maneira um ser próprio, uma contraposição pessoal, um Eu separado, para o qual a dissolução no todo divino seja um problema infinito, um processo que metafisicamente seria impossível de se realizar e religiosamente impossível de se sentir, se não partisse de um sujeito com realidade própria. O ser uno com Deus não tem sentido, se não é outro que Deus.

A experiência religiosa contém um esforço de alteridade já em sua origem. Isso faz dela um experimento ao mesmo tempo individual e “comunitário”. Além disso, a “religião experiencial” é marcada por um “despojamento de si”, uma vez que se trata de uma *vivência* em que o indivíduo se abre ao transcendente e, em certa medida, “renuncia-se a si mesmo” em favor daquilo que ele sente como algo (ou alguém) que o ultrapassa e, às vezes, o sobrepõe. Paradoxalmente, esse despojamento coloca o indivíduo em condições de atingir alta consciência de si, uma vez que ele se descobre como alguém capaz de autotranscendência, aquilo que o faz propriamente “humano” e o singulariza em relação às outras espécies (FRANKL, 1991).

Esse ímpeto autotranscendente presente na “religião experiencial” possibilita que os indivíduos se submetam às exigências dogmáticas e morais da religião, exigências estas que implicam muitas vezes em resignação e renúncias pessoais. É por causa dele que, mesmo nos dias de hoje “nos encontramos ainda com pessoas capazes de passar horas e horas de seu tempo em cultos, celebrações e cerimônias de louvor; pessoas capazes de, em nome de sua fé (...) entregar suas vidas num sacrifício que faz tremer nossos corpos e mentes modernizados e ávidos de conforto e consumo” (BINGEMER, 1998, p. 82-83). Essas pessoas estão, inclusive, dispostas a ir ao encontro da própria morte em estado feliz de exaltação e a canalizar todo o seu potencial humano e a quase totalidade de seu tempo, energias, criatividade e recursos em favor de sua fé (SOUSA & SILVA, 2010).

Quando a experiência religiosa se expressa em “comunidade”, a imposição normativa da religião é ainda mais suavizada pela sensação de pertencimento. Ainda que sejam árdios

os afazeres e rígidas as regras, a comunidade religiosa aparece, nesses casos, como um organismo desinteressado; seus interesses não são realmente seus, mas da coletividade e, por essa razão, ela pode pedir sacrifícios individuais (PAIVA, 1998; ANDERSON, 2008).⁴

É esse “despojamento de si” que a religiosidade consumista não contém e, em consequência, ela dificilmente produz a busca pela comunidade, embora possa reunir pessoas com interesses religiosos comuns. Os laços que se nutrem entre indivíduos com afinidades espirituais consumistas não criam uma comunidade entre eles, mas apenas se apresentam sob a forma de um ideal de comunidade em que o “estar junto” não implica, necessariamente, em “estar com” (HERVIEU-LÉGER, 2008; AMARAL, 2000).

Conforme demonstramos noutra ocasião, o consumismo não é intrínseco à natureza própria das relações entre as instituições religiosas e seus fiéis, embora nelas possa estar presente (SOUSA & SILVA, op. cit.). Nossas constatações sobre a Comunidade Midiática Canção Nova também apontam para essa autonomia de algumas formas de experiência religiosa em relação à sociedade de consumo e para o fato de que as interações sociais, quanto mais próximas do tipo “comunitário”, mais distantes estão de uma lógica de mercado.

O equilíbrio entre individualidade e comunitarismo é pleiteado pelo cristianismo desde seu começo. Indubitavelmente, a religião cristã reforça a importância da individualidade humana, uma vez que embora a Igreja seja concebida como uma instituição mediadora entre Deus e a humanidade, a salvação é um bem pessoal e depende da conversão de cada um (HERVIEU-LÉGER, op. cit.). Contudo, essa singularidade está estreitamente associada a uma comunidade, e por isso o cristão não se afirma como indivíduo, mas como *irmão* (ANJOS & CARRANZA, 2010). Nesse sentido, a fé cristã seria um resgate tanto do tema do indivíduo como do tema da comunidade (PAULA, 2009).

A nosso ver, essa característica da “religião experiencial” (ao mesmo tempo individual e comunitária) ajuda a tornar o fenômeno comunitário religioso contemporâneo parcialmente institucionalizante. Não se trata, naturalmente, de uma institucionalização em sentido tradicional, mediante a qual as igrejas históricas ganham corpo e plausibilidade perante os indivíduos. Trata-se, antes, da criação de formas alternativas de institucionalização, das quais as comunidades de vida no Espírito constituem um exemplo cabal.

A instituição é uma categoria mediadora capaz de alterar o caráter ilusório da comunidade (SCHMITZ, 1995). A comunidade institucionalizada seria a “encarnação” da utopia comunitária, uma espécie de *hipostasie* em que o ideal “se rebaixa” ao real, elevando-

4 A religião “de consumo” também exige sacrifícios de seus “fiéis”, porém com fins mercenários e não altruístas.

o. Quando se institucionaliza, a utopia comunitária ganha corpo e a segurança existencial decorrente da coletividade se reveste de concretude. A instituição permite que os indivíduos sejam colocados sob a supervisão de um poder formal e, ao mesmo tempo, saibam onde requisitar seus direitos individuais.

De maneira geral, hoje em dia alguns indivíduos formam comunidades cujos vínculos são frouxos e fluidos, porque oriundos apenas do interesse de “estar junto” sem querer “estar com”. Outros acabam criando comunidades institucionais, com vínculos mais fortes, às vezes formais e predominantemente presenciais.⁵ Entre esses dois polos estariam as “relações comunitárias midiáticas”, marcadas por sentido de pertença, porém, sem poder de coercitividade. Por trás de qualquer dessas formas pode estar a experiência religiosa e, nelas todas, os indivíduos não perdem totalmente sua autonomia. A restrição apenas parcial da individualidade é a principal característica do fenômeno comunitário contemporâneo. Comentaremos essa e outras na seção seguinte.

2. Características do fenômeno comunitário contemporâneo

A sociedade contemporânea apresenta um paradoxo quanto às expectativas dos indivíduos: se, por um lado, eles afluem para experiências comunitárias em busca de segurança existencial, por outro, não parecem dispostos a renunciar radicalmente a liberdade conquistada a duras penas e que os mantém isentos de um rigoroso controle social. O anonimato da vida moderna resguarda os indivíduos das convenções estritas e da censura comunal (SCHERER, 1973). Os fundamentalismos religiosos, por exemplo, costumam amedrontar porque assumem ares de oposição às liberdades individuais.

Esse paradoxo ratifica a opinião de que o fenômeno comunitário atual não pode ser qualificado de um “retorno à comunidade”, quiçá nem mesmo aquelas experiências marcadas por elementos tradicionais e ideologias conservadoras. Hervieu-Léger (2008) afirma que, apesar das guerras, catástrofes econômicas e experiências totalitárias vistas ao longo do século vinte, supostamente como fruto da visão de progresso da modernidade, os valores fundadores dessa mesma modernidade ainda permanecem muito vivos nas sociedades atuais. Diríamos que a autonomia individual é uma conquista social que não pode ser suprimida em favor do resgate de um protótipo comunitário praticamente superado historicamente.

⁵ As comunidades da Nova Era estariam mais próximas do primeiro caso, enquanto que as comunidades de vida no Espírito mais próximas do segundo.

Então, como responder aos indivíduos que demandam novas formas de agregação comunitária sem renunciar à individualidade? Como resolver esse paradoxo da atualidade? Melhor dizendo: como esse dilema *está sendo resolvido* na sociedade contemporânea? O que caracteriza a experiência comunitária que os indivíduos estão vivenciando, uma vez que não estão dispostos a se submeterem completamente ao controle grupal? Procuraremos responder a essas perguntas.

De acordo com a nossa percepção, as experiências de vida comunitária da contemporaneidade não reproduzem o modelo do passado, mas procuram oferecer aos indivíduos aquilo de que eles sentem falta – a saber: segurança existencial e sentido de pertença – sem exigir de todo que abram mão de suas conquistas históricas: autonomia e individualidade. Como isso é possível? Pela configuração de um quadro híbrido, às vezes ambíguo, em que o controle e a incidência da comunidade sobre a vida pessoal é apenas relativa, influência que é proporcional ao nível de compromisso que a comunidade conseguir angariar de seu partícipe em relação a ela.

Esta é, por assim dizer, a principal característica do fenômeno comunitário contemporâneo: as agregações comunitárias *restringem apenas parcialmente a autonomia dos indivíduos*. A despeito das análises que pleiteiam um retorno às formas estruturais do passado, seria ingênuo pensar que essa grande conquista da modernidade (a autonomia pessoal) pudesse ser posteriormente descartada como algo inadequado ao homem e à sociedade.

As comunidades contemporâneas estão como que obrigadas a oferecer segurança sem eliminar completamente as liberdades individuais. Na situação social de hoje, os indivíduos sentir-se-iam agredidos, caso lhes fosse negada por completo sua condição de sujeitos. As comunidades que optam por submeter totalmente a elas as vontades de seus membros contraem para si um ponto vulnerável. Ainda que adquiram adeptos incondicionais num primeiro momento, mais cedo ou mais tarde, eles poderão sentir falta de sua autonomia, momento em que a tensão entre ambos voltará com vigor incontrolável.

As comunidades do passado não eram apenas coercitivas, mas também intronéticas (DRUCKER, 1998). Elas podem ser descritas como “comunidades compulsórias”. Esse tipo de comunidade só tem funcionalidade em contextos sociais nos quais as pessoas possuem poucas alternativas. O mesmo estilo pode ser um desastre nas situações em que os membros da comunidade estabelecem relações fora de seus limites e podem abandoná-la sem aviso e com pouco custo pessoal.

No passado, quando uma pessoa era rejeitada por sua comunidade, ela corria o risco de sentir-se perdida em sua própria identidade e ter dificuldades de reencaixe social. No mundo

atual, a possibilidade de se desfazer de uma identidade e adquirir outra foi ampliada, muito embora, no caso de uma identidade *comunitária*, isso dependa de um percurso nem sempre fácil de ser reiniciado. Conquanto possa ser adquirida ou descartada, a identificação não é automática, depende de um trajeto de conhecimento.

De qualquer modo, essa possibilidade foi ampliada devido às relações que os membros inevitavelmente estabelecem para além dos limites simbólicos da comunidade, obviamente facilitadas pelas tecnologias da informação. Tais vínculos externos funcionam como uma espécie de reserva, para o caso de os membros serem voluntária ou compulsoriamente excluídos da comunidade em que vivem. Na sociedade contemporânea, para manter seus membros, a comunidade deve provar o seu valor tanto quanto, ou mais que, estes devem mostrar seu valor a ela (GOLDSMITH, 1998).

A relação assimétrica que existia entre comunidade e indivíduo foi em certa medida invertida. Ou pelo menos foram criadas as condições para que se estabeleça um equilíbrio. Isso ocorre não só porque os indivíduos estão em condições de deixar, a qualquer momento, a comunidade à qual pertencem, mas também porque podem questionar sua estrutura e seu governo, uma vez que dispõem de capital de conhecimento suficiente para isso, capital este, em grande parte, adquirido mediante os contatos midiáticos. Com efeito, uma situação menos assimétrica entre comunidade e indivíduo tende a provocar maiores conflitos internos. Todavia, podemos considerar esses conflitos como algo positivo, que concorre para o próprio estabelecimento da unidade grupal, pois certa quantidade de discordância interna está organicamente vinculada aos elementos que, em última instância, mantêm o grupo ligado (SIMMEL, 1983).

As comunidades contemporâneas são comunidades com “portas abertas e poucas trancas” (COVEY, 1998). Isso torna compulsório que elas mesmas, enquanto comunidades, sistematizem suas crenças e valores de modo a torná-los plausíveis aos indivíduos. Uma vez que não podem mais se legitimar mediante a autoridade predeterminada por Deus ou pela tradição, elas se tornam, nesse sentido, mais reflexivas e menos autoritárias.

As comunidades contemporâneas não estão em condições de eliminar radicalmente a individualidade de seus membros. Pelo contrário, elas precisam constituir-se de modo que os indivíduos sejam valorizados *enquanto indivíduos*: “Os membros que se sentem desvalorizados ou não-apreciados partirão. Os membros que se sentirem altamente valorizados, aceitos e reconhecidos atrairão outros membros para a comunidade” (GOLDSMITH, op. cit., p. 119).

Essa necessidade de que os indivíduos sejam reconhecidos em suas singularidades nas redes de relações é um aspecto já sinalizado por Norbert Elias (1994) no início do século vinte. Esse autor já apontava para o fato de que, na sociedade moderna, as comunidades não são autoridades inquestionáveis. Mesmo a “religião experiencial” e as comunidades dela decorrentes não escapam da necessidade de resolver a contradição entre a afirmação do direito individual à subjetividade e a necessidade de vivência comunitária.

Quando observamos a Comunidade Canção Nova, esse caráter híbrido foi um dos principais aspectos que emergiu diante dos nossos olhos. A Canção Nova e, muito provavelmente, a maioria das comunidades de vida no Espírito, é uma comunidade que retoma apenas parcialmente a autonomia individual dos seus membros, mesmo daqueles que têm vínculos formais com a instituição, a saber, os comunitários consagrados. Também estes estão em condições de deixar a comunidade (e até a ela se opor) caso discordem de sua postura em relação aos seus anseios individuais. Mesmo tendo interrompido seus projetos seculares para se dedicarem à missão da comunidade, na maioria das vezes, os membros têm a possibilidade de retomá-los mediante o restabelecimento ou reforço de vínculos externos.

Já advertimos que, para diversas pessoas, a Canção Nova oportuniza ascensão social em vez de impedi-la. Isso ocorre quando os consagrados são visibilizados pela mídia e adquirem fama e *status* religioso midiático junto ao público católico. Uma vez conhecidos e admirados por esse público, os consagrados em questão estão ainda em melhores condições de abandonar a comunidade, caso ela não corresponda aos seus anseios de afirmação pessoal. Durante a fase de pesquisa, soubemos de vários casos de pessoas que renunciaram seus vínculos formais com a comunidade e passaram a viver como pregadores ou cantores *free lance*, adquirindo daí inclusive o sustento financeiro.⁶

Ora, se até os membros formais, que se supõem mais integrados, estão vulneráveis à possibilidade de emancipação, o que se pode esperar dos membros ligados apenas por vínculos midiáticos? Estes maiormente podem preservar sua autonomia individual diante da experiência comunitária. O sucesso da Canção Nova enquanto empreendimento midiático parece residir nessa capacidade de oferecer aos seus telespectadores a possibilidade de vivenciarem uma experiência comunitária sem que para isso tenham que preterir sua autonomia pessoal.

⁶ Também soubemos de membros que não só abandonaram a comunidade, mas também cobraram judicialmente indenização pelo tempo de serviço prestado a ela, serviço este que, no início da experiência encantada, era interpretado pelo próprio indivíduo consagrado como uma expressão de sua doação gratuita a Deus.

Assim posto, nas comunidades contemporâneas a tensão entre liberdade e segurança pode estar sendo resolvida de um modo criativo. Conquanto alguns considerem que “nenhuma receita foi inventada até hoje para esse ajuste” (BAUMANN, 2003, p. 10), nossa opinião é a de que a sociedade informacional criou as condições que permitem equilibrar essas duas dimensões da vida humana antes incompatíveis. Em lugar do conflito anterior, foi estabelecida uma espécie de complementaridade entre o controle (ou a influência) exercido pela comunidade e a liberdade individual.

Antes mesmo do advento da sociedade informacional, Simmel (1973, p. 74) já advertia que “a alma individual não pode estar em um vínculo, sem estar ao mesmo tempo fora dele, nem pode estar incluída em nenhuma ordem sem achar-se ao mesmo tempo frente a ela”. Para ele, a relação entre o indivíduo e a sociedade pode chegar até a uma hostilidade recíproca, mas a existência humana “se acha sob a categoria fundamental, irreduzível, de uma unidade que só podemos expressar mediante a síntese ou a simultaneidade das duas determinações opostas: o ser, ao mesmo tempo parte e todo, produto da sociedade e elemento da sociedade; o viver pelo próprio centro e o viver para o próprio centro” (SIMMEL, op. cit., p. 76).

Ora, se uma relativa autonomia do indivíduo já podia ser encontrada nas sociedades pré-modernas, na sociedade informacional ela se torna ainda mais evidente. O estabelecimento do equilíbrio indivíduo/comunidade depende de contextos específicos e do modo como ambos se comportam em suas relações mútuas. É necessário observar que essa complementaridade é instável, corre o risco de ser destruída pelos próprios fluxos informacionais e, por isso mesmo, precisa ser constantemente “mantida” através do modo como os indivíduos se inserem *na* realidade comunitária e, ao mesmo tempo, como se posicionam *frente a* ela.

Acreditamos que a sociedade informacional criou as condições para a existência de um modelo que não é nem egocêntrico nem koinocêntrico, possibilitando uma relativamente harmônica relação entre liberdade e segurança. Bauman (op. cit., p. 11) afirma que “não seremos humanos sem segurança ou sem liberdade, mas não podemos ter as duas coisas ao mesmo tempo”. Donde se conclui que, na opinião desse autor, jamais seremos “humanos”. Discordamos dessa visão pessimista. Não concordamos também com a opinião de Bauman (op. cit., p. 17) segundo a qual a comunidade “não pode sobreviver ao momento em que o entendimento se torna autoconsciente, estridente e vociferante”. Nas circunstâncias em que a individualidade e a subjetividade tornam-se reflexivas e questionam o controle comunitário, a

comunidade se altera, mas não morre. E, se morrer, pode ressurgir das próprias cinzas do individualismo.

Claro que, para que a comunidade se constitua, ela também deve exercer *protagonismo* e os indivíduos devem, em certa medida, abrir mão de suas vontades. Esse é o momento em que a coletividade também se faz sentir como uma espécie de sujeito. Se não for assim, a comunidade não se sustenta. Se ela não tiver “preferências” acima das preferências individuais, não poderá se impor enquanto comunidade, é como se não existisse.

Entretanto, esse protagonismo comunitário não deve ser predominante ou intocável. Isso faz com que, para se manter, a comunidade necessite cultivar com seus membros uma relação que justifique sua pertença. O próprio corpo normativo da comunidade precisa ser sentido pelo indivíduo como se emanasse dele próprio e não como algo externo que a ele se impõe. No mínimo, como uma escolha pessoal a partir da qual *o indivíduo se submete à comunidade* por vontade própria e não o contrário.

É nesse ponto que a reflexividade do indivíduo produz nele uma internalização do programa comunitário, mediante o qual seu agir coletivo é percebido não como algo estranho a si mesmo, mas como se os interesses da comunidade fossem os dele próprio. A “vontade” da comunidade se torna plausível, uma vez que essa “vontade” se transforma em convicção individual. Encontrado esse ponto de equilíbrio, a comunidade outorga prazer: o prazer de viver em comunidade *como indivíduo*.

O fato de manter a autonomia dos indivíduos não significa que os vínculos comunitários são frouxos e sem consistência. As comunidades de hoje são comunidades cujos laços entre seus partícipes são intensos, profundos e duradouros. Todavia, são vínculos em conformidade com as novas condições da vida social, cujo consenso resulta de um ajuste entre os interesses individuais e os “interesses” da comunidade de tal forma que a promoção de uns não acarrete o colapso dos outros. Ou seja, o protagonismo da comunidade não elimina o nível de escolha dos indivíduos.

Em termos sociológicos, podemos afirmar que “as instituições substituem os instintos” (BERGER & LUCKMANN, 2004, p. 55). Mas quando essas mesmas instituições escravizam o sujeito mediante uma repressão radical dos instintos, gera-se uma tensão capaz de provocar “rebeliões” individuais ou coletivas. Essa tensão só pode ser solucionada mediante a identificação de um ponto de equilíbrio em que tanto a comunidade quanto o indivíduo sejam elevados à condição de *sujeitos*, estabelecendo-se entre eles uma relação de complementaridade.

O postulado “equilíbrio” entre individualidade e comunidade presente nas experiências comunitárias atuais, não elimina o fato de que essa relação é, ao mesmo tempo, conflituosa e tensa. De maneira geral, nosso raciocínio nos conduz a inferir que, no embate existente entre esses dois polos (indivíduo e comunidade), o indivíduo exerce um leve predomínio, em razão das diversas possibilidades de escolha ao seu alcance que lhe permite optar pela pertença a outra comunidade, caso sinta-se ameaçado em sua autonomia pessoal.

Contudo, a liberdade de escolha do indivíduo não é absoluta. Ela depende das condições objetivas – institucionais, sociais, econômicas, políticas, culturais – dentro das quais a relação acontece (HERVIEU-LÉGER, 2008). Abandonar uma comunidade que outorga segurança existencial pode parecer fácil num primeiro momento, mas, para obter nova referência comunitária, o indivíduo terá que iniciar um novo percurso de conhecimento e identificação. Isso não ocorre sem desafios.

Sem dúvida alguma, a noção de “metamorfose”, frequentemente utilizada para caracterizar os percursos identitários dos indivíduos na sociedade contemporânea, deve ser usada com o devido cuidado, pois “a tendência à fragmentação não anula totalmente certas âncoras fundamentais que podem ser acionadas em momentos estratégicos” (VELHO, 1998, p. 271). Sem disposição para, em certa medida, abrir mão de si e de seus anseios supostamente legítimos, o indivíduo corre o risco de ficar procurando uma “comunidade ideal” que de fato não existe. O ideal comunitário é que os indivíduos *se tornem* uma unidade, uma vez que não o são aprioristicamente.

Também não podemos entender essa escolha numa perspectiva utilitarista, sob o prisma de uma racionalidade instrumental, uma vez que as comunidades se formam sobretudo por meio da ação racional com relação *a valores*. Apesar das diversas opções hoje oferecidas, o indivíduo não escolhe a comunidade da qual participar da mesma maneira como escolhe um produto numa prateleira de supermercado. A pertença comunitária depende de uma identificação pessoal e das condições objetivas de construir essa pertença.

Na verdade, as pessoas aderem ao ideal comunitário e por ele fazem renúncias, mas, somente após sentirem em suas vidas os efeitos benéficos de sua adesão. É então que experimentam a vida comunitária associada à autonomia individual. Esse quadro é o que, a nosso ver, predominantemente caracteriza o fenômeno comunitário contemporâneo, especialmente aquele de caráter religioso-midiático.

Podemos indicar mais duas características que, de certa maneira, estão condicionadas à primeira: a) *As comunidades contemporâneas são relativamente desterritorializadas*; b) *Elas dispõem de uma identidade centrada em ideais comuns*. No que diz respeito à

territorialidade, é necessário compreendê-la dentro do horizonte das inovações tecnológicas e abrir mão do pressuposto de que o principal elemento de uma comunidade seja o seu território. Consoante Paiva (1998), ao se conceber a possibilidade de comunidade nos dias atuais, deve-se, necessariamente, reformular a noção de territorialidade, uma vez que, o encurtamento das distâncias e a grande rapidez e eficiência na transmissão da informação, suscitaram uma compreensão diversa daquela de Tönnies, quando ele formulou o conceito de comunidade.

Portanto, não é mais possível manter o conceito sociológico de comunidade exclusivamente associado a um grupo social pequeno e localizado, tal como o concebia Tönnies. Temos que lançar mão de uma noção que considere menos a territorialidade na relação entre os indivíduos. Os dispositivos informacionais transformaram os pré-requisitos de contiguidade e distância, fazendo com que as relações humanas prescindam menos do espaço físico, territorial (PAIVA, op. cit.).

Porém, não se deve desconsiderar a importância do elemento territorial no contexto das relações comunitárias. Obviamente, as comunidades contemporâneas não estão completamente emancipadas do espaço geográfico. Por isso elas são apenas *relativamente* desterritorializadas. Concordamos com Paiva (op. cit.) quando afirma que o homem tem uma identificação afetiva com o espaço e que as relações presenciais serão sempre humanamente mais ricas do que aquelas mediadas pela tecnologia.

Contudo, nos dias atuais, o território não é um elemento essencial *e nem suficiente* para a formação de comunidades. Conforme já demonstramos, o sentimento de pertença pode ser gerado e mantido por via midiática. A perda do território como principal referência comunitária decorre da nova ordem social definida por Castells (1999) como “informacional”. Uma vez que as redes são a nova morfologia da sociedade, *a informação* tende a substituir o território e as relações comunitárias devem ser compreendidas a partir do poder de alcance dessas informações.

Com o estudo sobre a Canção Nova, acreditamos ter demonstrado que é realmente possível que relações próximas do tipo “comunitário” sejam estabelecidas através das redes de informação, muito embora concordemos com a afirmação de que relações midiáticas por si sós, sejam elas quais forem, não permitem a criação de comunidades *em sentido tradicional*. A comunidade midiática pode ser qualificada como “comunidade” somente no contexto da sociedade informacional. Teríamos que nos emancipar do entendimento de comunidade associado a laços naturais, herdados e territoriais. Os vínculos comunitários midiáticos são construídos e mantidos, em sua quase totalidade, de forma não-presencial. A comunidade

midiática reproduz apenas parcialmente os valores comunitários tradicionais, mantendo alguns traços essenciais da vida em comunidade sem, contudo, dispor de muros de proteção capazes de torná-la compulsória.

Em sentido sociológico, o termo “comunidade” está ligado à ideia de indivíduos unidos por valores e sentimento de pertença, geralmente apoiado em interesses comuns. O próprio Weber (1998) definiu a comunidade a partir do agir social baseado em um sentimento comum de pertencimento. Ora, esses princípios estão presentes nas relações entre os membros da Comunidade Midiática Canção Nova, embora essas relações sejam mediadas por tecnologias da informação. Os seus adeptos, ainda que fisicamente dispersos, estão unidos por valores comuns fundados na experiência religiosa e compartilhados através do canal de televisão e das demais mídias a este acopladas. Na Canção Nova, o sentimento de pertença não é herdado, mas *adquirido* através do percurso de conhecimento e identificação que o indivíduo religioso desenvolve em relação à comunidade através da mídia.

A similaridade entre os membros midiáticos da Canção Nova não se fundamenta no parentesco, no território comum, faixa etária, classe ou etnia. O ponto de convergência é a experiência religiosa e a identificação com o *ethos* interno da comunidade. A partir desse *ethos* geram-se inclusive hábitos comuns, como por exemplo gestos devocionais que conjugam tradição e modernidade. Os limites da Comunidade Midiática Canção Nova devem ser entendidos como limites qualitativos e simbólicos, muito embora haja alguns espaços físicos referenciados. Tais limites são obviamente mais fluidos e difíceis de serem determinados, exprimindo uma nova maneira de se posicionar no seio de uma sociedade que se desterritorializa.

Consoante Berger & Luckmann (2004), para diferentes formas de comunidades podem ser esperadas medidas diferentes ou típicas de coesão. Na Comunidade Midiática Canção Nova, a coesão depende, especialmente, da manutenção do espírito de *adesão* dos indivíduos ao grupo e à sua missão. Para isso, é preciso manter as motivações de pertença que, no caso da Canção Nova, se manifestam principalmente através da doação financeira.

Sustentamos que uma comunidade religiosa pode sim se formar *através* da mídia. Todavia, não afirmamos que grupamentos de natureza comunitária possam se constituir somente pelo fato de que os indivíduos estejam interagindo por via midiática. O caso analisado não nos permite afirmar isso, pois nele há uma instituição comunitária já estabelecida por trás de toda a construção e manutenção da experiência midiática. No caso da Canção Nova, a *comunidade* pré-existe enquanto grupamento humano presencial e se torna *midiática* pelo fato de expandir-se pela TV e agregar adeptos que se identificam com a sua

ideologia. Nesse sentido, a comunidade se formaria “através de” e não “a partir de”, conquanto as relações se sustentem midiaticamente, sem a necessidade de contatos presenciais intensos.

Podemos afirmar que os vínculos existentes entre os membros da Comunidade Midiática Canção Nova são, também, “informacionais”, no sentido de que estão na estrita dependência da rede midiática de informação que, no referido contexto, é indispensável à transmissão das mensagens que engendram as relações comunitárias. A geração, o processamento e a transmissão rápida de informações é a fonte fundamental de produção de poderes mediante os quais a comunidade influencia a vida dos membros. Uma vez que não dispõe de instrumentos de sanção ou autoridade ética capaz de impor qualquer que seja o padrão comportamental, a força de coesão da Canção Nova reside na *persuasão* ou, mais precisamente, na *sedução* exercida sobre seus adeptos midiáticos através da rede comunicacional.

Em acordo com a lógica da sociedade informacional, a “rede” Canção Nova tem demonstrado que é sempre possível ampliar o número de indivíduos dispostos a abraçar sua ideologia e sua causa, e transformá-los em verdadeiros “nós” de transmissão, manutenção e expansão da comunidade, capazes de compreender e aceitar os códigos de comunicação por ela utilizados. O eventual desligamento de alguns desses “nós” não ameaça o equilíbrio da rede, pois a qualquer momento eles podem ser recuperados ou superados pelas novas aquisições.

Esse fato pode ser considerado mais uma evidência de que, conforme adverte Castells (1999, v. 3), as sociedades da “Era da Informação” são todas elas, em maior ou menor intensidade, penetradas pela lógica do informacionalismo e aos poucos estão sendo superadas as formas sociais preexistentes. Chegou-se a uma etapa na qual as pessoas e instituições se transformaram em “nós” comunicativos coligados uns aos outros, não sendo possível, sob essa perspectiva, agir socialmente senão aderindo à lógica dessa nova sociedade (PUNTEL, 2005).

No terceiro capítulo do presente estudo, quando analisamos as relações dos sócios da Canção Nova com a sede em Cachoeira Paulista, deixamos clara a importância simbólica do território cançonovista para aqueles que partilham de sua ideologia através do canal de televisão. Em Cachoeira Paulista, os “acampamentos de oração” ocorrem praticamente todos os fins de semana e funcionam como atrativos para que as pessoas visitem a Canção Nova, além de representar um importante instrumento para alavancar recursos. Os maiores eventos chegam a reunir aproximadamente 100 mil pessoas. O Padre Jonas Abib afirmou em sua

entrevista que “as pessoas se ligam tanto a nós que não basta elas verem a televisão; elas querem estar conosco” (Jonas Abib, Entrevista, 2 de maio de 2008). Dessa maneira, podemos afirmar que, mesmo a comunidade midiática tem no território um componente importante de sua constituição.

Contudo, vinculamo-nos aos autores que defendem que as *redes* estão substituindo, ao menos parcialmente, as comunidades territoriais como forma de estruturação principal da interação. A comunidade de hoje pode ser melhor definida a partir daquilo que é compartilhado através dos diversos meios de comunicação. As comunidades que insistem em manter o território como sua principal referência, criam uma situação de incompatibilidade entre sua organização interna e o modo como está orientada a sociedade. Em grande medida, esse é o caso da maioria das paróquias católicas.

No caso das comunidades de vida no Espírito, seu ambiente de origem – a sociedade midiaticizada - talvez tenha contribuído para que, entre aqueles que as governam, a noção de territorialidade seja muito mais tênue do que para aqueles que comandam as comunidades paroquiais, cuja herança feudal induz à pouca flexibilização dos limites de território.⁷ A “vocação” midiática dessas comunidades faz com que elas se aproximem mais ainda de um estilo comunitário “moderno”.

Para Casalegno & Kavanaugh (1998), as redes comunicacionais podem apenas facilitar o sentimento de pertença comunitária dos indivíduos e estimular os encontros face a face. Nesse sentido, os sistemas de comunicação serviriam somente para reforçar o “sentido de lugar”, como aconteceu em Blacksburg, caso analisado por eles, onde a internet permitiu um engajamento sempre crescente da população nos assuntos locais. Diferentemente do estudo desses autores, nossa pesquisa demonstrou que o sentido de pertença pode sim, ser gerado e mantido por via midiática, ainda que permaneça a referência do espaço territorial como lugar para onde, eventualmente, os adeptos se dirigem.

Ainda que ocupem um território delimitado, as comunidades contemporâneas estão envolvidas numa gama de interações que impede sua fixação apenas nesse âmbito. É por isso que elas são relativamente desterritorializadas. A nosso ver, as comunidades estão cada vez mais se dando conta desse fato e, conseqüentemente, procuram organizar-se a partir dessa

⁷ Eliane Oliveira chega a postular a definição das comunidades de vida no Espírito como “comunidades mentais ou virtuais”, que seriam “um ideal, uma filosofia ou um estilo de vida compartilhado por indivíduos no seu cotidiano, sem que, para isso, precisassem morar numa comunidade fixada em espaço [territorial] definido” (cf. OLIVEIRA, Eliane Martins de. OLIVEIRA, Eliane Martins de. *O mergulho no Espírito de Deus: diálogos (im)possíveis entre a RCC e a Nova Era na Comunidade de Vida no Espírito Canção Nova*. Rio de Janeiro, 2003. Dissertação. Mestrado em Ciências Sociais. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, p. 62).

premissa. Nesse particular, respeitam menos os limites territoriais umas das outras, ocasionando diversos fluxos de interações intercomunitárias que se apresentam em forma de pluralidade de experiências.

A respeito da terceira característica do fenômeno comunitário contemporâneo que aqui aventamos - *a identidade centrada em ideais comuns* – podemos afirmar que esse elemento é a condição *sine qua non* para os indivíduos aderirem ou permanecerem numa comunidade. Essa identidade deve se apresentar do modo mais claro possível e não pode configurar-se como algo implícito na normatização comunitária. Uma identidade definida a partir de ideais comuns traduz o “objetivo” da comunidade e se fundamenta em algum tipo de referência ética. Na sociedade atual, a comunidade que os indivíduos procuram é uma comunidade que define claramente seus valores. Quanto mais compartilhados e visibilizados pelos membros em sua vida prática, mais fortes os valores se tornam para os adeptos.

No caso da Canção Nova, a referência ética se expressa mediante os ditames da moral católica e o ideal comum se traduz na “missão” de evangelizar, para a qual a comunidade requisita a parceria dos seus adeptos. Conforme demonstramos, esse é o ideal partilhado por aqueles que se associam à TV Canção Nova, sendo estes movidos mais por razões altruístas do que por motivos mercenários.

A própria expansão do pluralismo e do relativismo, e o sentimento de insegurança a eles relacionado, despertam a necessidade de encontrar uma experiência capaz de transmitir um estilo de vida definido e testemunhado na vida concreta, seja ele qual for. Em alguns casos, importa mais a clareza e a convicção acerca da plausibilidade dos valores do que a sua própria plausibilidade.

De qualquer modo, quando indivíduos recorrem a fontes autônomas de conhecimento, eles reencontram uma identidade coletiva e recuperam a possibilidade de se posicionarem perante a polifonia da sociedade informacional. Sob esse aspecto, a reunião de indivíduos em torno de “comunidades culturais” seria mais útil à sociedade do que se pode supor à primeira vista, uma vez que elas conferem uma identidade coletiva e recusam a massificação consumista em favor de uma reflexividade comunitária. Discutiremos essa questão na última seção de nosso trabalho, que segue imediatamente.

3. Comunidade e sociedade informacional

Para Castells (1999), a sociedade informacional é uma “nova sociedade” marcada por transformações multidimensionais e pelo aparecimento de uma nova cultura. A revolução da tecnologia da informação teria motivado o surgimento do informacionalismo como a base material da sociedade e das *redes* como a nova “morfologia” desta mesma sociedade. As redes de interações afetam tanto os indivíduos quanto as organizações, modificando as relações de produção, de poder e de experiência.

Sem dúvida alguma, essas transformações atingiram o sistema comunitário, levando às últimas consequências o processo de desmonte das comunidades tradicionais iniciado com a expansão do capitalismo industrial e da urbanização. Na sociedade informacional, os indivíduos dispõem de um universo ainda maior de informações, capaz de influenciar sua visão de mundo e seu padrão comportamental. Cada vez mais afetados pelos processos eletrônicos de comunicação, eles estão em melhores condições de questionar os valores que lhes são transmitidos pelas instituições tradicionais.

Contudo, a comunidade não foi a única a ser atingida pelo novo contexto polifônico da sociedade informacional. Os próprios indivíduos foram afetados por ele, a partir do momento em que passaram a ter dificuldades de se definir identitariamente, dada a multiplicidade dos valores propostos e a ausência de critérios de discernimento quanto à plausibilidade desses valores. Nesse tipo de situação, as pessoas tendem a cair num relativismo ético de *per se* prejudicial à sociedade, pois, conforme advertem Berger & Luckmann (2004, p. 79-80), “uma pessoa para a qual as mais diferentes e contraditórias normas são igualmente válidas ou inválidas, já não é capaz de um agir coerente e responsável”.

As consequências da indefinição identitária são muitas. Entre elas está o trânsito ideológico marcado pelo sentimento de insegurança e incerteza perante o mundo. Mas está também a “fragmentação” ou “descentramento” do sujeito (HALL, 1998). No fim das contas, porque carecem de identidade, os indivíduos carecem igualmente de *projetos de vida*, a não ser aqueles de caráter estritamente pessoal baseados em “sonhos” consumistas. As pessoas parecem colocadas diante de bens de consumo e convencidas de que a realização do eu se obtém mediante simplesmente a posse desses bens (ANJOS, 2010). Os grandes ideais, a vontade de mudança e a tensão social positiva que isso gera estão ausentes dos objetivos individuais da maioria das pessoas hoje em dia. Em última análise, trata-se de um conformismo camuflado (sob a égide de um voluntarismo imediatista) e de uma aposta na

vida como “experiência do efêmero”. Sem um projeto que transcenda o próprio indivíduo, a vida humana corre o risco de cair na mediocridade.

Essa situação atinge principalmente as novas gerações, diante das quais as instituições tradicionais como a família e a escola parecem impotentes, dada a fascinação que os novos (e às vezes confusos) sistemas de valores propostos midiaticamente exercem sobre a juventude e que estão quase sempre em acordo com a lógica do consumo e da efemeridade. Conforme adverte Hervieu-Léger (2008), as lacunas que atualmente se observam entre o universo cultural das diferentes gerações não correspondem apenas aos ajustamentos que a inovação e a adaptação aos novos dados da vida social tornam necessários, mas representam verdadeiras rupturas culturais que atingem profundamente a vida social.

Nossa percepção é de que os indivíduos de hoje necessitam de referências éticas consistentes, sistemas plausíveis de valores (religiosos ou não) a partir dos quais possam se posicionar diante da polifonia da sociedade informacional. Pois o fato de existirem variadas fontes de informações não implica necessariamente que elas sejam adequadas ao desenvolvimento das pessoas e da sociedade. Afirmamos que essas referências só podem ser construídas com base em identidades coletivas.⁸

Nas circunstâncias atuais, os indivíduos encontram-se vulneráveis a um tipo de relativismo que, sob a aparência de liberdade pessoal, fornece álibi a quem é indiferente à necessidade de pensar e ao dever moral de escolher (MALDONATO, 2003). Ele conduz, na verdade, ao descompromisso social e a uma crise de sentido de si. A instabilidade psicológica e existencial dos indivíduos de hoje muito tem a ver com a ausência de sistemas de valores que só podem ser adquiridos coletivamente mediante vínculos mais profundos do que aqueles criados pelas relações do tipo societárias. Somos da opinião de que as identidades coletivas podem contribuir para a produção de *sujeitos*, ou seja, de indivíduos que, apesar de inseridos na lógica da sociedade informacional e afetados por ela, estão em condições de se posicionar *frente a* essa mesma sociedade.

As identidades coletivas estão na base da existência de indivíduos centrados. É na relação com elas que estes *se definem* e se confrontam com o mundo, interpretando (ou reinterpretando) os mecanismos culturais que se entrechocam diante de seus olhos. O indivíduo sem uma referência coletiva, “em primeiro lugar, não pode ter certeza de que aquilo

⁸ “Identidade” aqui deve ser entendida de acordo com a acepção de Castells, tal como conceituamos no primeiro capítulo: um processo pelo qual os indivíduos constroem significado e neles se reconhecem, a ponto de uma fonte de conhecimento prevalecer sobre as outras, chegando ocasionalmente a excluir as referências mais amplas.

que julga bom e justo também seja assim considerado pelos outros; em segundo lugar, nem ele mesmo sabe sempre o que é bom e justo para si próprio” (BERGER & LUCKMANN, 2004, p. 87).

Argumentamos que a vida social se caracteriza pela constante busca de sentido. Por essa razão, a sociedade atual parece necessitar urgentemente recuperar antigas referências identitárias coletivas plausíveis ou quem sabe, permitir que novas identidades grupais apareçam e se difundam. Sustentamos que as comunidades de hoje, aquelas que apresentam as características que as distinguem da comunidade tradicional (tal como discutimos anteriormente), estão em condições de oferecer uma identidade coletiva, oportunizando aos indivíduos que se posicionem, *enquanto indivíduos*, perante a polifonia da sociedade informacional. Os indivíduos nelas inseridos, a nosso ver, seriam agentes ativos, pois ao invés de estarem na condição de “desintegrados”, estariam no cerne do processo de transformação social, construindo sua identidade a partir da resistência comunal e incidindo criativamente sobre a realidade, uma vez que dispõem de elementos para julgar a validade dos diversos fluxos de informação e das redes constituídas.

Isso nos leva a concluir que a sociedade informacional criou novas formas de vida comunitária porque necessita delas para sobreviver. Conquanto não sejam as únicas instituições capazes de oferecer identidade coletiva, sustentamos que comunidades como a Canção Nova (objeto da nossa pesquisa) têm grande possibilidade de contribuir com a nova ordem social, desde que não pleiteiem um retorno absoluto às formas do passado permanecendo abertas às demandas da contemporaneidade e dialogando com o mundo plural a partir de uma perspectiva ecumênica.

Nossa conclusão não decorre de nenhuma nostalgia saudosista ou de uma visão negativa a respeito das transformações promovidas pelas tecnologias da informação. Também não estamos apontando uma solução abstrata para supostas patologias sociais. Estamos mostrando apenas o que nossa pesquisa parece nos indicar, a saber: que a própria sociedade, em momentos de crise, tenta se recompor para preservar seu equilíbrio e que o fenômeno comunitário contemporâneo pode ser considerado uma evidência desse fato. Hoje em dia, grande número de experiências comunitárias, notadamente aquelas cuja base é a “religião experiencial”, definem sua identidade em torno de um sistema de valores compartilhado, reunindo as condições para se contrapor ao relativismo ético e contribuir para o equilíbrio da vida social.

Estamos sugerindo também que as “identidades de resistência” significam algo mais do que aquilo que sustenta Castells (1999). Elas não são apenas comunas culturais construídas

em torno de valores tradicionais que intentam estabelecer trincheiras por meio de emblemas étnicos e defesas territoriais. Na nossa compreensão, essas identidades expressariam o esforço coletivo de manutenção da própria autonomia individual diante da sociedade informacional, uma vez que nessas experiências os indivíduos estão encontrando referências éticas para se posicionarem frente à polifonia desta mesma sociedade.

Com efeito, a emergência de comunas culturais representa não apenas a manutenção de fontes autônomas de conhecimento que se opõem à globalização homogeneizante, mas também, funcionam como uma tentativa de preservação da autonomia individual como valor da modernidade. Curiosamente, o mesmo indivíduo que se libertou das fronteiras comunitárias, agora parece não conseguir se posicionar frente à polifonia da sociedade informacional sem lançar mão de uma identidade coletiva. Os indivíduos que buscam experiências comunitárias parecem reconhecer a identidade coletiva como um elemento constitutivo de sua identidade pessoal. Conforme advertem Berger & Luckmann (2004), as comunidades desempenham um papel sólido na geração e suporte de sentido na vida de seus membros.

Consoante Castells (1999), a capacidade dessas comunas culturais de oferecer certeza e proteção, provém de seu caráter comunal em detrimento dos projetos individuais. Conquanto tenhamos constatado que as comunidades atuais dispõem de recursos para exigir que seus membros façam renúncias pessoais (o que chamamos de *protagonismo* da comunidade), não concordamos que a individualidade esteja ausente das experiências comunais de hoje. As comunidades atuais funcionam, antes, como expressões de identidades coletivas que servem de referência ética *para os indivíduos*, atuando mais a favor do que contra sua autonomia, uma vez que lhes oferecem suporte para a constituição de uma identidade *pessoal* em face do relativismo *social*.

Obviamente, essa identidade pessoal é construída em confronto com a identidade coletiva e em certa tensão com ela. Porém, a aquisição dos valores comunitários como “individuais” mediante sua interiorização, outorga certo primado à individualidade, constituindo-se a comunidade, em última análise, numa escolha pessoal. Sob esse ponto de vista, a comunidade atual estaria em acordo com os ideais da modernidade e não em oposição a eles. Podemos afirmar que o fenômeno comunitário contemporâneo é “moderno” na acepção sociológica do termo.

A oposição radical entre comunidade e reflexividade é uma construção da ciência ocidental, conquanto respaldada pelos tipos históricos tradicionais. A comunidade de hoje não está em condições de se opor radicalmente à racionalidade individual, pois, conforme já

advertimos, na sociedade informacional não é possível estabelecer fronteiras comunitárias intransponíveis. Ao contrário, ela tende a atingir uma *reflexividade comunitária*, ou seja, uma dinâmica de interações que permite a constante autoavaliação a respeito da plausibilidade de seus valores.

Destarte, a emergência de “comunas culturais” pode ser mais útil à sociedade do que em princípio possa parecer. Comunidades *legitimamente* fundamentadas em fontes autônomas de conhecimento, ainda que inspiradas na tradição, podem agir em favor do equilíbrio social.⁹ De um lado, elas promovem a autonomia individual, na medida em que fornecem aos indivíduos um sistema de valores no qual eles se baseiam para se posicionar perante a polifonia da sociedade informacional. Por outro lado, a experiência comunitária funciona como um importante mecanismo de contraponto à voracidade de um individualismo exacerbado.

Na sociedade contemporânea, o controle social tornou-se um problema central. Com o desmonte das comunidades tradicionais e o enfraquecimento das instituições que lhe davam suporte exercendo o papel de controladoras das liberdades individuais, alargaram-se os limites da autonomia pessoal a tal ponto que a fronteira entre individualidade e individualismo se tornou muito frágil (ANJOS & CARRANZA, 2010). Radicalmente emancipados de qualquer tipo de tutela, os indivíduos tendem a perder o senso de responsabilidade para com o bem comum, tão necessário à ordem social. Sem a abstinência, sem o princípio do limite, o próprio prazer individual autodissolve-se, perdendo seu sentido (SODRÉ, 2009).

O abismo que se abre entre o direito à autoafirmação e a capacidade de controlar as situações sociais parece ser a principal contradição da sociedade contemporânea (BAUMAN, 2001). No nosso entendimento, os atuais índices de violência, consumismo exacerbado, problemas relacionados com dependência química, entre outras patologias sociais, estão intrinsecamente relacionados com a fragilidade dos laços comunitários e com a ausência de valores interiorizados decorrentes de uma identidade coletiva. No limite, vemos crescer hoje uma mentalidade de subvalorização da própria vida humana que se evidencia cada vez que, por exemplo, pessoas são assassinadas por motivos fúteis ou em razão de interesses

9 A legitimidade dessas comunidades pode ser julgada conforme elas representem ou não uma ameaça ao pluralismo social, mediante a tentativa de impor, pela violência física ou psicológica, seu sistema de valores a todas as instâncias da sociedade. Conforme discutiremos um pouco adiante, o pluralismo é uma característica da sociedade informacional e se constitui num de seus valores inalienáveis. Porém, enquanto uma comunidade se apresentar no interior desse pluralismo como uma *proposta* identitária, ainda que essa proposta pareça absurda aos olhos dos outros, ela deve ser tolerada, concorrendo essa tolerância para o próprio equilíbrio social. As convicções sobre as quais os agentes concordem são *ipso facto* “convicções verdadeiras”; as preferências sobre as quais eles concordem são “preferências racionais”; e os interesses sobre os quais eles concordem são “interesses reais” (cf. GEUSS, Raymond. *Teoria crítica: Habermas e a Escola de Frankfurt*. Campinas: Papirus, 1988).

financeiros. A perda de sentido *de si* parece desaguar numa total insensibilidade com relação ao sentido da vida *dos outros*.

O declínio moral está entre os mais importantes problemas não econômicos que a sociedade contemporânea enfrenta. Um problema que, ao contrário do que pensam alguns, não pode ser resolvido apenas com ordenamento jurídico e com reforço das instituições coercitivas. Uma sociedade não pode depender da vigilância externa de instituições de controle para manter possível a convivência entre os indivíduos. Ela precisa de sistemas de valores interiorizados, capazes de frear, ainda em sua gênese, as paixões individuais que ameaçam o consenso social. A “voz moral” é mais importante para o funcionamento da sociedade do que a força da coerção (ETZIONI, 1999).

Por natureza, o homem foge ao máximo do caos. Talvez seja inevitável que, diante do desnorteamento causado por tantas possibilidades disponíveis aos indivíduos de hoje, a função de controle da comunidade venha a ser mais desejada do que ameaçadora.¹⁰ As comunidades particulares têm uma rede de comunicações onde é possível discutir as preocupações humanas. As regras e os valores bem compreendidos permitem escapar da despersonalização, da falta de normas e da perda de controle sobre o ritmo e as dimensões da vida cotidiana (SCHERER, 1973).

As relações societárias dificilmente produzem esse consenso, inclusive porque o ambiente criado pelo capitalismo é, por sua própria natureza, marcado pela competitividade. Conquanto alguns considerem a possibilidade de que as relações entre os indivíduos em empresas e organizações comerciais assumam o caráter de “comunitárias” (BARKSDALE, 1998; PINCHOT, 1998), essa hipótese tem se revelado cada vez mais ilusória. O fim último dessas organizações é o lucro. A tentativa de criar nesses ambientes um “espírito comunitário” constitui-se, muito provavelmente, em mais uma faceta do seu “negócio”, visando à otimização da produtividade das pessoas. Conforme argumenta Taylor (1995), a proposta de formar comunidade a partir de organizações é uma maneira da sociedade burocrática e tecnocrática lançar mão da proposta comunitária dentro de uma perspectiva instrumental.

De acordo com Zigmund Bauman (2003), duas tendências acompanharam o capitalismo moderno ao longo de sua história: o esforço de substituir o entendimento natural da comunidade de outrora por uma rotina artificialmente projetada e coercitivamente imposta

10 Por exemplo, a insegurança crescente frente à violência das grandes cidades pode ser mais difícil de suportar do que o controle da moral oriundo da estrutura da família patriarcal baseada nos princípios de autoridade, honra e castigo.

e monitorada e a aposta na recriação da comunidade em torno do lugar de trabalho. Essas tentativas foram, evidentemente, frustradas, inclusive porque é impossível reconstituir, no ambiente frio e impessoal da fábrica, a mesma eficiência no trabalho que, na rede de interação comunitária, era alcançada de modo aparentemente natural: “Seria no mínimo ingênuo esperar que os deserdados abraçassem a rotina artificial e imposta com a mesma placidez com que costumavam seguir os ritmos da vida comunitária” (BAUMANN, op. cit., p. 33).

As relações comunitárias, pelo contrário, por sua própria natureza, são relações de compartilhamento de valores que atingem a dimensão existencial do indivíduo. Elas obrigam cada um a obrigar-se com os outros (SODRÉ, 2009). Os contratos, memorandos ou slogans elaborados em torno de objetivos empresariais não têm a capacidade de fornecer valores (GAUDINI, 1998). As pessoas assumem postura de responsabilidade perante a coletividade somente quando estão conectadas a algo maior do que elas próprias. Elas podem, obviamente, pertencer a uma comunidade apenas para obter vantagens utilitaristas. Contudo, isso não estaria em acordo com a natureza da comunidade, constituindo-se numa distorção do coletivo que, se generalizada, pode comprometer a própria comunidade.

Na contemporaneidade, pertencer a uma comunidade pode significar a oportunidade de encontrar o equilíbrio entre a liberdade individual e a pertença social. Presentemente, diversas experiências comunitárias apresentam-se com características que lhes permitem conter os excessos e o descontrole do individualismo sem necessariamente comprometer a autonomia pessoal dos seus membros. O controle social da individualidade oriundo da experiência comunitária atua em favor do próprio indivíduo, uma vez que evita sua fragmentação excessiva e a perda do senso de responsabilidade dele perante a coletividade. Na prática, os indivíduos pertencem à sociedade, mediante a pertença comunitária, mas, por outro lado, a sociedade também lhes pertence, pois eles estão em condições de se posicionar diante dela através de suas convicções grupais.

Uma crítica ao pensamento individualista, por um lado e, por outro, ao totalitarismo centrado no rigor de uma pretensa ordem social absoluta, já foi feita por Amitai Etzioni, principal expoente do pensamento comunitarista americano. Ele se insere no debate da filosofia política que discute a oposição entre liberalismo e comunitarismo e que se baseia na pergunta sobre a possibilidade de se encontrar uma fonte de normatividade nas sociedades plurais.¹¹

¹¹ A respeito desse debate, conferir GONÇALVES, Gisela. Comunitarismo ou liberalismo? Universidade da Beira Interior, setembro/1998. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Consulta em 12 de junho de 2010.

Em *La nueva regla de oro* (1999), Etzioni defende que é possível ter ordem e autonomia ao mesmo tempo, de maneira que prosperem tanto o indivíduo quanto a comunidade e que as sociedades que perderam esse equilíbrio suportam uma pesada carga de consequências. Diante da aceção ocidental de que a vida é melhor tanto quanto mais liberdade exista para cada pessoa, ele recorda que essas mesmas pessoas não existem à margem dos contextos sociais. Por causa disso, é imperativo encontrar o ponto em que ordem e autonomia limitem-se mutuamente, descobrindo também a melhor maneira de sustentar esse equilíbrio. Isso implica em superar a incompatibilidade conceitual e prática entre direitos individuais e bem comum, mediante a aplicação da máxima: “Respeite e apoie a ordem moral da sociedade como queres que a sociedade respeite e apoie tua autonomia de vida”.

Consoante Etzioni (op. cit., p. 49), a tarefa comunitária de hoje consiste em buscar uma maneira de combinar elementos da tradição (baseada em virtudes) com elementos da modernidade (uma autonomia bem protegida). Portanto, a ordem social pleiteada por esse autor é um tipo especial de ordem fundamentada em valores nucleares adquiridos e não impostos, pois “a autonomia, longe de carecer de limites, tem que estar contextualizada dentro de um tecido social de vínculos e valores”.

Concordamos com a proposição de Etzioni e argumentamos ser oportuno fomentar na sociedade atual a existência de comunidades com identidades coletivas claras em meio à heterogeneidade e à atomização societária. Essas comunidades contribuiriam para a saúde da sociedade contemporânea, uma vez que lhe daria maior coesão. Constituídas legitimamente, elas estariam em condições de agir em favor da liberdade individual e, ao mesmo tempo, da sadia ordem social. Nelas, os indivíduos teriam a possibilidade de encontrar a segurança existencial de que tanto necessitam e que não acham facilmente em outras instâncias da sociedade (na empresa onde trabalha, por exemplo). Ainda que os indivíduos transitem intercomunitariamente, ou seja, mudem ocasionalmente de comunidade, eles estariam sob relativo controle social, uma vez que pertenceriam sempre a uma unidade coletiva comunitária.

Essa é precisamente a maneira como, a nosso ver, as comunidades devem estar *posicionadas* na sociedade informacional: como *identidades coletivas claras*. Porém, uma vez que não estão em condições de manter intactas suas fronteiras grupais, devem estar internamente conscientes de que estão inseridas *numa sociedade plural conectada*. Assim sendo, embora possam lançar mão de “identidades de resistência” ou de “fontes autônomas de conhecimento”, as comunidades contemporâneas portar-se-ão ingenuamente se tentarem criar guetos intransponíveis e ideologicamente protegidos. Paraísos comunais “puros” só existem

na cabeça de alguns líderes profetas que idealizam suas comunas completamente emancipadas de “contaminações”. Mesmo em circunstâncias extremas, como em guetos, favelas e movimentos fundamentalistas, os muros que protegem as comunidades não são de pedra, mas de vidro (SCHERER, 1973). A ideia de que uma comunidade possa se constituir um grupo completamente fechado torna-se cada vez mais discutível diante da presença das redes de informação (PAIVA, 1998). Isso só seria possível renunciando-se as vantagens tecnológicas e culturais da contemporaneidade às quais poucos estariam propensos a renunciar (WIRTH, 1973).

No mundo atual, o pluralismo é um valor, constituindo-se num dos frutos do fortalecimento da individualidade (BENEDETTI, 2009; ANJOS & CARRANZA, 2010). O contexto plural da sociedade contemporânea causa a impressão de que não há limites para a diversidade (STEIL, 2001). Por isso, o pluralismo não pode ser ignorado, nem mesmo por quem pretenda construir muros de proteção em torno de seus adeptos. O pluralismo tende a ser o principal valor comum estável da sociedade contemporânea. Ele não é um fenômeno exclusivamente moderno, dado que em todas as sociedades existiram pessoas que levaram vida diferente das outras (BERGER & LUCKMANN, 2004). Contudo, o pluralismo atual se caracteriza pela ausência de uma ordem comum de valores que sirva de referência para identificar comportamentos “desviantes”. Os “estranhos” de hoje não servem mais como marcas divisórias para a fronteira em progressão da ordem a ser constituída; por consenso unânime ou por resignação, eles estão aí para ficar (BAUMAN, 1998). A tendência é que as diferentes formas de vida gozem de igual validade social e – mais importante – estejam cada vez mais conectadas umas com as outras.

Num contexto tal, um fechamento excessivo sobre si mesmo pode gerar uma supervalorização da singularidade comunitária e o conseqüente apego às próprias tradições, podendo redundar também em exclusivismos totalizantes e, às vezes, agressivos. Mas, inversamente, a diluição das convicções próprias dos grupos humanos num universo amorfo de valores possibilita uma situação de desintegração social que geralmente se expressa numa cultura identitária errante. Na nossa concepção, é plausível sugerir que as identidades coletivas sejam suficientemente claras para serem reconhecidas como tais e, ao mesmo tempo, flexíveis o suficiente para se inserirem pacificamente na sociedade plural.

Identidades comunitárias que se apresentem com clareza no interior do pluralismo social ajudam os indivíduos a discernirem seus modos de convivência: com os de dentro, mediante valores compartilhados; com os de fora, com base na *tolerância*. A tolerância pode ser compreendida como uma atitude de alteridade diante da diversidade. Ela se opõe ao ódio

sistemático, à perseguição, à imposição das ideias, à manipulação das consciências e à violência política, favorecendo o livre arbítrio e as relações humanas pacíficas (MALDONATO, 2003). A questão que se põe atualmente não é de como se livrar da diversidade humana ou declará-la uma inconveniência momentânea, mas os modos de conviver diária e permanentemente com ela (BAUMAN, 1998).

Numa situação de confronto de identidades, a tolerância não deve ser entendida apenas com conotação humanitária ou como um valor concebido a partir de uma convicção ética. Ela é apenas parcialmente ética, pois o respeito à pluralidade seria um *interesse* das comunidades, um recurso de sobrevivência da própria identidade, ou seja, um modo de também ser tolerado e de ter o direito de participar do debate público. O pluralismo, que inicialmente surge como uma ameaça à identidade, desencadearia dessa maneira não a afirmação do exclusivismo, mas a acolhida tolerante da diversidade produzida pela modernidade (STEIL, 2001).

Contudo, sem sentido de semelhança não pode haver comunidade e nem mesmo pluralidade. A sociedade funda-se na semelhança tanto quanto na diferença, sendo a semelhança forçosamente anterior à diferenciação (MacIVER & PAGE, 1973). O “diferente” não pode ser sinônimo de “inferior” ou “ruim”, mas também não pode ser considerado igualmente plausível sem que isso comprometa as próprias convicções dos grupamentos humanos. Afinal, algo será qualificado e reconhecido como “diferente” sempre em relação a algum tipo de homogeneidade.

Geralmente achamos que as fronteiras são meios para definir isolamento. No contexto atual, é muito difícil interpretá-las como meras defesas, ou mesmo como marcos de onde o indivíduo termina (KELLNER-ROGERS & WHEATLEY, 1998). Elas apenas delimitam a identidade que, nas circunstâncias atuais, está sempre susceptível de ser questionada. Mas essa delimitação, ainda que simbólica e passível de brechas, é necessária para determinar a pertença e a não-pertença, o que une os indivíduos, mas também aquilo que os distingue coletivamente dos outros. As fronteiras “são as de uma justa e segura posição na sociedade, de um espaço inquestionavelmente da pessoa, onde possa planejar sua vida com o mínimo de interferência, desempenhar seu papel num jogo em que as regras não mudem da noite para o dia e sem aviso” (BAUMAN, op. cit.).

Em última análise, a reflexividade moderna não destruiu as relações do tipo “comunitárias”, apenas as transformaram. A incidência das novas interações proporcionadas pelas tecnologias da informação e pela midiaticização da sociedade, assim como o processo de autonomização dos indivíduos, resultaram numa situação em que as comunidades particulares

se viram obrigadas a rever seus modos de constituição, tornando-se menos autoritárias e mais reflexivas.

É possível sugerir também que, em diversos contextos, as relações comunitárias passam por uma fase de transição, uma espécie de fase subliminal em que as comunidades não são mais o que eram e ainda não se definiram totalmente como devem ser. Os extremismos, dos quais os fundamentalismos e os movimentos neoconservadores são exemplos cabais, seriam sintomas desse período intermediário em que a sociedade ainda não reorganizou completamente suas regras de convivência, provocando em alguns a fuga desesperada dessa anomia mediante a definição normativa autoritária com base em ordens de valores superadas e incompatíveis com a situação de pluralismo da contemporaneidade.

Por esse viés, podemos vislumbrar o aparecimento de um novo sistema comunitário, posicionado no interior da sociedade informacional e adaptado à sua lógica. Argumentamos que, após o desmonte das comunidades tradicionais e o advento das tecnologias da informação, a sociedade mesma se encarrega de organizar *um novo sistema comunitário* que pode ser denominado “*em rede*”, porque ele se compõe de comunidades particulares interconectadas. Cada comunidade parece ser um “nó” desse sistema interligado pelas mídias e pela mobilidade característica da sociedade contemporânea. Com base em nossa pesquisa, podemos sustentar que o referido sistema está aos poucos se configurando e, ao mesmo tempo, sugerir algumas de suas possíveis características.

Diferentemente do sistema tradicional, o novo sistema comunitário “em rede” não se comporia de comunidades autossuficientes e com fronteiras quase intransponíveis. Elas estariam conectadas em espírito de tolerância, sem, contudo, entranharem-se umas nas outras a ponto de se perderem num universo cultural anônimo e indefinido. Nas condições atuais, dificilmente algum sistema teria a capacidade de eliminar os códigos particulares mediante os quais os agrupamentos humanos produzem e conservam seus limites culturais e sua específica visão de mundo que impõe restrições ao comportamento dos seus membros.

Por causa das condições materiais criadas pelas tecnologias da informação, as comunidades estariam em permanente confronto positivo, obrigando-se umas às outras a refletirem frequentemente cada qual sobre a plausibilidade de seu próprio sistema de valores. Assim como acontece nas interações interpessoais, o confronto entre coletividades não apenas transforma cada uma delas em sua relação uma com a outra, mas também consigo mesma (SIMMEL, 1983). Dessa maneira, as identidades seriam constantemente questionadas, podendo ser, mediante a arena de debates, reforçadas, reconfiguradas ou até mesmo

suprimidas. Esses encontros/confrontos ajudariam a tornar ainda mais reflexivas as ações dos indivíduos e confirmariam o processo de modernização das comunidades.

Sob esse aspecto, a singularidade de cada comunidade seria realçada na reciprocidade, gerando também nos indivíduos uma consciência da historicidade, contingência e limitação de todos os sistemas de valores, a começar pelo seu próprio (VATTIMO, 1989). Porém, antes de se tornarem realmente *inter dependentes*, os “nós” comunitários da rede devem atingir certo nível de *independência*, deixando clara sua identidade coletiva. Desaparecida a identidade coletiva singular, desaparece igualmente a própria comunidade. Mantida a dialética entre a diversidade e a semelhança, as comunidades conectadas se estimulam mutuamente, sem se deixarem esfacelar ou empobrecer em razão de um relativismo contraditoriamente radical (AMARAL, 2000).

Metaforicamente, podemos comparar esse novo sistema a uma rede de pesca, cujos pontos de convergência são sempre suscetíveis de mobilidade e modificações. Os “nós” comunitários devem ser entendidos como esses pontos não estáticos, cuja estabilidade ou fluidez dependem das interações. Um sistema comunitário em rede produz variados centros irradiadores de ideias. Ele seria predominantemente descentralizado, com mais facilidade de se recompor caso algum nó comunitário entre em colapso.

A rede não seria harmônica, mas também não seria caótica. Não haveria um único centro dominante, mas o poder seria compartilhado. Os poderes circulariam alternando os centros dominantes dependendo da matéria e dos contextos. Isso geraria uma realidade rica e complexa, na qual os “nós” comunitários seriam mais ou menos influentes conforme melhor se inserissem nas interações. As comunidades melhor posicionadas seriam aquelas que mais habilmente manipulassem as informações disponíveis e os relacionamentos estabelecidos, pois, no contexto da sociedade informacional, a informação é o principal elemento da capacidade de poder (CASTELLS, 1999, v. 3).

Conquanto policêntrico, o novo sistema comunitário em rede atuaria no sentido de dar maior coesão à sociedade. Inserido na própria estrutura social, em meio às redes não comunitárias (organizacionais, empresarias, estatais, etc), ele poderia fornecer aquilo que elas não estão em condições de oferecer, a saber: a) aos indivíduos, segurança existencial e definição identitária; b) à sociedade, sistemas de valores compartilhados e referências éticas. Num contexto plural e relativista como o de hoje, as comunidades muito têm a contribuir para que se possa chegar mais facilmente ao consenso social necessário ao equilíbrio da própria sociedade.

Na história do Ocidente, a ideia de comunidade sempre esteve no imaginário social, como a proposta de um mundo melhor e mais harmônico. De fato, quando falamos de comunidade, temos a impressão de ser algo bom (BAUMAN, 2003). Mas isso não ocorre sem razão. Projetar comunitariamente o futuro significa almejar a possibilidade de que outras formas de existência social se contraponham aos princípios de competitividade e exclusão do capitalismo e da sociedade de consumo.

Estaríamos defendendo uma utopia romântica ou um retorno ao passado idílico? Acreditamos que não. São as próprias transformações sociais que nos induzem a pensar na possibilidade de uma configuração social adequada tanto ao indivíduo quanto à sociedade. Um sistema comunitário em rede parece ser uma tendência histórica concreta, muito embora possa nem vir a se constituir em seu estado cabal, caso a sociedade opte por levar às últimas consequências a ilusão de uma autonomia radical do indivíduo.

Nancy (1992) considera que a concepção de um projeto comunitário como uma alternativa às crises da sociedade atual é capaz apenas de gerar mais um mito. Discordamos dessa perspectiva. Incongruente seria deixar de conceber novas formas de vida social só porque elas invocam valores do passado. No esquema societário atual, pode ser inteligente e necessário indagar sobre como se poderia recorrer ao tipo social “comunidade” no real histórico da sociedade informacional.

Nada há de paradisíaco na experiência comunitária. Não existem relações humanas perfeitamente harmônicas. Pelo contrário, elas são tensas e conflituosas. Algumas vezes, são frias, mórbidas ou até trágicas. Outras vezes, revestem-se de vivacidade, alegria e calor. Quase sempre são entusiasmantes. Quase nunca podemos viver sem elas. Portanto, ainda que quiséssemos, não conseguiríamos falar de “comunidade” a não ser tendo em conta sua realidade concreta e, ao mesmo tempo, sua utopia.

Após nos dedicarmos ao estudo do fenômeno comunitário contemporâneo, a partir de um tipo ideal concreto (a comunidade midiática), estamos convencidos de que um novo sistema comunitário começa a se desenhar na sociedade atual. Ele pode ser qualificado como um sistema comunitário “em rede” e tende a coexistir com outras redes sociais, sendo decisivo para a afirmação dos indivíduos *na e frente* à sociedade informacional.

A respeito do modo como esse novo sistema pode se posicionar perante as redes políticas, econômicas e culturais que ameaçam a ordem democrática e o equilíbrio social, não é possível dizer nada ainda, pois se trata de um sistema em formação. O fenômeno comunitário contemporâneo exprime o momento em que a sociedade se reorganiza, por isso a variedade de suas nuances. Só podemos afirmar que, uma vez que os fluxos de poderes da

sociedade informacional são flexíveis e cheios de vivacidade, é possível vislumbrar uma sociedade com "pluralidade de centros de poder" (HALL, 1998).

Não ignoramos o fato de que a experiência comunitária se inscreve forçosamente em um campo de forças políticas e econômicas das quais é difícil abstrair-se. Contudo, conforme adverte Castells (1999), na sociedade informacional as relações de poder estão sendo transformadas, proporcionando uma nova “geometria do poder”, em que os atores sociais maximizam as chances de representação de seus interesses e valores, utilizando-se de estratégias nas redes de relações entre várias instituições e em diversas esferas de competência. Isso significa, ainda conforme Castells (2006, p. 231), que a sociedade conta agora com meios mais poderosos para se apropriar do fruto de sua criatividade, uma vez que “a capacidade de mudar o fluxo de informação a partir da capacidade autônoma de comunicação, reforçada mediante as tecnologias digitais de comunicação, realça substancialmente a autonomia da sociedade com respeito aos poderes estabelecidos”.¹²

Na sociedade informacional, a dicotomia comunidade/sociedade estaria sendo superada? Substancialmente, não. Mas as tecnologias da informação criam as condições para que isso ocorra na prática, abrindo a possibilidade de que um sistema comunitário subsista no interior da sociedade contemporânea e em acordo com sua lógica própria. Elas também concorrem para a solução do conflito indivíduo/comunidade, pois obrigam as pessoas a refletirem sobre sua condição perante a heterogeneidade social e a consequente necessidade de escolher e interiorizar uma identidade coletiva que lhes dê segurança existencial.

Como todo processo de transformação histórica, a “Era da Informação” não determina um curso único da história humana. Suas consequências dependem de quem se beneficia em cada uma das múltiplas ações que se apresentam, das instituições da sociedade, dos valores das pessoas e da determinação dos novos atores sociais ao traçarem o seu próprio destino. (CASTELLS, 1999, 2006). Sem dúvida alguma, entre esses novos atores encontram-se as comunidades particulares de hoje, inseridas no interior das ricas e empolgantes relações humanas mediadas pelas tecnologias.

12 Usando de certa medida de jocosidade, Castells sugere que “é chegada a hora, por exemplo, de o Brasil evoluir do positivismo de Augusto Comte à teoria da complexidade e escrever uma nova máxima em sua bandeira: caos e progresso” (cf. CASTELLS, Manuel. Inovação, liberdade e poder na Era da Informação. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 231).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao encampar um estudo sobre o fenômeno comunitário contemporâneo, esperamos ter demonstrado que ele é bastante diversificado e que responde predominantemente à insegurança existencial crescente provocada pela pulverização individualista da sociedade moderna. Com efeito, a comunidade tradicional era um tipo de convivência social relativamente estável que foi desmontada pelo advento do urbanismo e da industrialização, desmonte este que atingiu seu grau máximo com os efeitos da midiaticização da sociedade e das interações proporcionadas pelas novas tecnologias da informação.

A individualização moderna implicou certo nível de renúncia da segurança existencial proporcionada pelas relações do tipo “comunitárias”, gerando uma situação de instabilidade identitária nos indivíduos que terminou por predispor a um desejo de vivenciarem experiências coletivas. Após as múltiplas conquistas em torno de sua autonomia, o indivíduo moderno parece agora ensejar uma comunidade na qual possa se inserir e desfrutar da segurança que esta lhe outorga. Em certo sentido, a tendência histórica se reverte, com a comunidade, ou melhor, as comunidades particulares aparecendo como alternativa às relações do tipo “societárias”.

Apesar disso, optamos por não falar de “retorno da comunidade”, uma vez que as agregações atuais se revestem de características muito diferenciadas daquelas formas históricas do passado. Conquanto saiam em defesa de fontes autônomas de conhecimento às vezes baseada na tradição e, nesse sentido, oponham-se a algumas tendências sociais predominantes, as comunidades de hoje se adaptam às demandas da contemporaneidade, não raras vezes lançando mão dos avanços tecnológicos em seu favor e inserindo-se criativamente no contexto cultural da sociedade informacional.

As “comunidades de vida no Espírito” católicas se constituem como uma, dentre as inúmeras possibilidades de vivência comunitária na sociedade contemporânea. Elas representam uma novidade no catolicismo, devido especialmente ao fato de ter entre seus membros casais vivendo um tipo de consagração religiosa assemelhado àquele professado pelas ordens e congregações já existentes na Igreja desde o século IV. Além disso, as comunidades de vida no Espírito introduziram um novo tipo de clérigo, uma vez que em sua estrutura, os diversos estados de vida convivem em relativa igualdade e sua hierarquia interna não privilegia os sacerdotes pelo fato de estarem investidos do sacramento da ordem. Nestas comunidades os padres não têm, como tal, um papel de direção (GONDAL, 1999).

Para o catolicismo, as comunidades de vida no Espírito são uma *solução carismática* – porque atuam na contramão da secularização e reforçam os dogmas da Igreja Católica. Ao mesmo tempo, significam um *problema institucional*, uma vez que suscitam tensões no interior da organização em razão de seu perfil emocional e de sua autonomia em relação às estruturas eclesiais tradicionais. Muitas dessas comunidades disseminam seus valores por via midiática, ignorando os limites geográficos e, em certa medida, concorrem com as comunidades católicas que se baseiam na territorialidade. Esse é o caso da Comunidade Canção Nova, que tomamos como referência empírica de nossa pesquisa e que qualificamos como uma “comunidade midiática”.

A Comunidade Canção Nova se constitui em primeiro lugar como uma comunidade presencial. Ela é formada por católicos carismáticos de ambos os sexos e de diversos estados civis (casados, solteiros, sacerdotes, celibatários), os quais renunciam a seus projetos individuais para se dedicarem integralmente em favor dos objetivos institucionais da comunidade, para juntos trabalharem em favor da “vida no Espírito”, um ideal místico que se manifesta especialmente na atitude de “abandonar-se à providência de Deus”.

Ao se utilizar da mídia para disseminar sua mensagem, a Canção Nova agrega membros de outra categoria, formando com eles uma rede comunitária que se sustenta midiaticamente.

Ao seu interno, a Canção Nova cultiva um *ethos* pautado em cinco preceitos fundamentais, quais sejam: 1) sadia convivência; 2) depender da providência; 3) viver no Espírito; 4) santidade moral e 5) perspectiva escatológica, sobre os quais discorreremos pontuadamente, chamando a atenção para as repercussões concretas de cada um deles.

Por “ethos interno” designamos a consciência atuante e objetivada do grupo social, onde se manifesta a instância de regulação das identidades individuais (SODRÉ, 2009). Ou seja, a ideologia institucional, o estilo de vida e os padrões de comportamento adotados no interior da comunidade. Esse *ethos* existe enquanto expectativa ideal de comportamento e se concretiza em maior ou menor medida, dependendo do contexto e das condições criadas pela estrutura comunitária e pelos indivíduos.

Ao examinar a mensagem veiculada pela TV Canção Nova, verificamos que seu conteúdo não se distingue substancialmente daquele observado no interior da comunidade. São os mesmos valores compartilhados internamente que assumem um invólucro midiático e são transmitidos aos telespectadores.

Quando veiculado pela TV, o *ethos* cançãoovista assume um invólucro midiático. Mais especificamente, o conteúdo de sua mensagem se reveste de uma *performance*, através da qual se explora a subjetividade dos telespectadores e com a qual a Canção Nova adere relativamente à lógica da espetacularização da religião. Analisamos quatro aspectos dessa *performance* que nos pareceram essenciais: estilo e linguagem familiar, tonalidade vibrante e emocionada das pregações, cotidianização dos milagres e ênfase nos depoimentos. Revestida de uma linguagem moderna e emocionalmente envolvente, a mensagem cançãoovista torna-se capaz de fazer com que os telespectadores com ela se identifiquem, a partir do que se estabelecem relações que podem ser qualificadas como “relações comunitárias midiáticas”.

As “relações comunitárias midiáticas” são relações que se aproximam do tipo “comunitárias” pelo fato de conter alto nível de identificação, sentimento de pertença e compromisso. A adesão emocionada e fiel proporciona uma interação bastante intensa entre a Canção Nova e aqueles que se tornam seus sócios formais, mediante a qual estes rompem relativamente com as unidades comunitárias territoriais e fazem da contribuição financeira à TV uma espécie de participação direta na missão da instituição midiática. Tudo isso sem que sejam necessários vínculos presenciais. O estabelecimento desse tipo de relação é o ponto ápice da mídia religiosa confessional, ou seja, o momento em que ela atinge o melhor de seu desempenho comunicacional.

A “comunidade midiática” se caracteriza, portanto, como uma rede de pessoas que compartilham os mesmos valores, unidas entre si através da mídia. Verificamos a existência desse tipo de comunidade inserida na sociedade informacional mediante a pesquisa empírica. Nesta, descobrimos inicialmente que o grupo de sócios da Canção Nova distingue-se substancialmente do público que consome seus produtos e serviços religiosos. O que caracteriza os sócios é sua postura de *compromisso* perene para com a instituição, ao passo que os “consumidores” são aqueles que mantêm com ela uma relação marcadamente frouxa e efêmera.

Não é com o público consumidor que a Canção Nova se constitui uma “comunidade midiática” e sim com seus sócios. Por essa razão, em nossa pesquisa, preocupamo-nos principalmente com este segmento. Descobrimos que a maior parte deles é do sexo feminino, com idade acima de quarenta e cinco anos e com grau de escolaridade até ensino médio. Este seria, por assim dizer, o perfil médio do sócio cançãoovista: mulher adulta, casada ou viúva, com grau de escolaridade mediana. A parte mais significativa de sócios atuantes é formada por pessoas de tradição católica praticante antes de aderir à TV Canção Nova.

Descobrimos também que a TV é a mídia principal através da qual a Canção Nova adquire adeptos, sendo as outras mídias (revista, internet, telefone, etc) complementares. O que converte as pessoas em membros midiáticos é, em primeiro lugar, a identificação delas com a filosofia de vida da comunidade. Os dados colhidos na *Pesquisa UFCG sócios* exprimem a intensidade com que a TV Canção Nova influencia a vida religiosa, pessoal, familiar e comunitária dos sócios.

A identificação inicial, em geral, progride para um “sentimento de pertença”. A TV Canção Nova consegue adesão de um público relativamente pequeno, mas que a ela se vincula de um modo incomum numa relação midiática. O canal se apresenta como uma opção de engajamento comunitário midiático, fazendo com que os valores comunitários sejam a tal ponto interiorizados, que as relações estabelecidas com os sócios passam a funcionar como se fossem um *compromisso*. Um dos sintomas desse comprometimento é a doação financeira regular que é feita pelos sócios à TV, e motivada especialmente pelo desejo de participar da missão daquela que consideram “uma obra de Deus”. Os dados da *Pesquisa UFCG sócios* também indicaram que os membros midiáticos são levados a contribuir com a TV Canção Nova, principalmente, por motivações altruístas, elemento que evidencia nossa hipótese inicial de que se trata de relações de tipo “comunitária midiática”.

Pode-se dizer que o percurso entre a Canção Nova como *comunidade religiosa* territorial diferenciada, até seu estabelecimento como “comunidade midiática” foi uma espécie de desdobramento. Seus princípios e valores internos já estavam amadurecidos e consolidados antes de assumirem um *invólucro midiático* e serem transmitidos aos telespectadores em linguagem emocionada e relativamente espetacular. Nesse momento, a mensagem não soa como falsa, porque aos espectadores apresenta-se exatamente aquilo que é vivido internamente. E isso que é captado por eles. O público que a ela se associa e com ela interage por meio das mídias conectadas é aquele que se *identifica* com o estilo de vida comunitário que lhes é apresentado e imediatamente estabelece uma relação que não pode ser caracterizada como relação de consumo, mas de *pertença*. Nela encontra um ambiente comunitário - ainda que midiático - que contrasta com a frieza das relações comunitárias religiosas territoriais.

Uma vez que os sócios adquirem sentido de pertença, a Canção Nova lhes requisita um *compromisso de fidelização*, ou seja, a corresponsabilidade para com a sua missão, que deve se manifestar especialmente por meio da doação financeira. Completa-se assim o percurso que torna os sócios verdadeiros *adeptos*, e ao mesmo tempo constitui a Canção Nova como “comunidade midiática” com todas as características que lhes são próprias. Ou seja,

uma comunidade relativamente desterritorializada, uma vez que os membros estão dispersos; outorga autonomia ao indivíduo, pois a qualquer momento este pode decidir se deseja ou não persistir em sua missão, e desse modo, estabelece relações de tipo “comunitárias” que preservam a autonomia individual e resgatam a pertença comunitária “adaptada” à vida social contemporânea.

A pesquisa empírica nos permite sugerir que o super fluxo informacional contemporâneo produz algo mais do que uma mera congestão de notícias e interações fluidas. E que, conquanto haja uma tendência à subjetivização das crenças religiosas, a mídia não serve apenas para criar uma religiosidade privada e intimista, mas para a constituição de “comunidades”. As interações religiosas midiáticas, quanto mais próximas do tipo “comunitárias”, mais distantes estão de uma lógica de mercado.

Contudo, é importante ressaltar que a comunidade midiática se sustenta porque existe uma comunidade presencial. Afirmamos que uma comunidade pode se formar *através* de uma mídia, mas não *somente* pelo fato de que os indivíduos interajam por meio das tecnologias da informação. O caso analisado nos permite afirmar isso, porque nele já havia uma instituição comunitária estabelecida que sustenta e mantém a experiência midiática em questão.

De maneira geral, chegamos a algumas conclusões quanto ao fenômeno comunitário contemporâneo, constituindo-se estas em respostas às perguntas fundamentais inicialmente colocadas. Em primeiro lugar, sugerimos que a “religião experiencial” é uma das vias pelas quais se formam comunidades na contemporaneidade. A “religião experiencial” resulta da busca de sentido empreitada pelos indivíduos a partir dos anseios humanos e de suas carências espirituais mais profundas, não satisfeitas pelos sistemas tradicionais e nem mesmo pela religiosidade de consumo. Esse tipo de experiência religiosa também está de acordo com os princípios da modernidade que exige que o homem se pense a si mesmo e construa para si uma identidade.

Em segundo lugar, afirmamos que o fenômeno comunitário contemporâneo apresenta um quadro híbrido, às vezes ambíguo, em que o controle e a incidência da comunidade sobre a vida dos indivíduos acontecem apenas de forma relativa, influência que é proporcional ao nível de compromisso que a comunidade conseguir angariar de seu participante em relação a ela. Esta é, por assim dizer, a principal característica do fenômeno comunitário contemporâneo: as agregações comunitárias restringem apenas parcialmente a autonomia dos indivíduos. A relação assimétrica que existia entre comunidade e indivíduo foi em certa medida invertida. Ou pelo menos foram criadas as condições para que se estabeleça um equilíbrio.

As comunidades de hoje são menos orgânicas e mais reflexivas. A despeito das expectativas de que a sociedade moderna pusesse um fim à comunidade, nosso estudo indicou que, na verdade, a comunidade se modernizou. Em última análise, a reflexividade moderna não destruiu as relações do tipo “comunitárias”, apenas as transformou. A incidência das novas interações proporcionadas pelas tecnologias da informação e pela mídiatização da sociedade, assim como o processo de autonomização dos indivíduos, resultaram numa situação em que as comunidades particulares se viram obrigadas a rever seus modos de constituição, tornando-se menos autoritárias e mais reflexivas. Podemos afirmar que o fenômeno comunitário contemporâneo é “moderno” na acepção sociológica do termo,

Em terceiro lugar, aventamos a possibilidade de que a emergência de comunas culturais na contemporaneidade represente não apenas a tentativa de manter fontes autônomas de conhecimento que se opõem à globalização homogeneizante, mas também, o desejo de preservar a autonomia individual enquanto valor da modernidade, uma vez que, servindo de referência para aquisição de uma identidade pessoal, essas comunas contribuem para que os indivíduos se posicionem *enquanto indivíduos* perante a polifonia da sociedade informacional.

Comunidades com identidades coletivas claras em meio à heterogeneidade e à atomização societária, promovem um tipo especial de ordem fundamentada em valores nucleares adquiridos e não impostos, nas quais a autonomia, longe de carecer de limites, está contextualizada dentro de um tecido social de vínculos e valores indispensáveis a uma ordem social minimamente equilibrada. A nosso ver, esse tipo de comunidade contribui para a saúde da sociedade contemporânea, uma vez que fortalece a coesão social. Constituídas legitimamente, elas estariam em condições de agir em favor da liberdade individual e, ao mesmo tempo, da sadia ordem social. Nelas, os indivíduos teriam a possibilidade de encontrar a segurança existencial de que tanto necessitam e que não encontram facilmente em outras instâncias da sociedade contemporânea. Ainda que os indivíduos transitem intercomunitariamente, ou seja, mudem ocasionalmente de comunidade, ainda assim, estariam sob um relativo controle social, uma vez que pertenceriam a uma unidade coletiva comunitária.

Isso nos levou também a concluir que a sociedade criou novas formas de vida comunitária porque necessita delas para sobreviver. Conquanto não sejam as únicas instituições capazes de oferecer identidade coletiva, comunidades como a Canção Nova têm grande possibilidade de contribuir com a nova ordem social, desde que não pleiteiem um

retorno absoluto às formas do passado, permanecendo abertas às demandas da contemporaneidade e dialogando com o mundo plural a partir de uma perspectiva ecumênica.

Por fim, identificamos que não é apenas um novo tipo de comunidade que está surgindo na sociedade atual (a comunidade midiática, donde partimos), mas também um novo *sistema* comunitário, que qualificamos como “sistema comunitário em rede” e que, inserido na sociedade informacional, encontra-se adaptado à sua lógica. Esse novo sistema pode ser denominado “em rede”, porque se compõe de comunidades particulares interconectadas. Cada comunidade parece ser um “nó” interligado pelas mídias e pela mobilidade característica da sociedade contemporânea.

Sugerimos também que, por causa das condições materiais criadas pelas tecnologias da informação, as comunidades do “sistema comunitário em rede” tendem a estar em permanente confronto positivo, obrigando-se umas às outras a refletirem frequentemente cada qual sobre a plausibilidade de seus próprios valores. Ao mesmo tempo, o sistema está em condições de atuar no sentido de dar maior coesão à sociedade, fornecendo aquilo que as outras redes sociais não podem fornecer, a saber: a) aos indivíduos, segurança existencial e a possibilidade de definição identitária; b) à sociedade, sistemas de valores compartilhados e referências éticas.

O que verificamos com nosso estudo referenda a posição de que a comunidade não é um rótulo aplicável somente a determinadas formas históricas. Ela é antes um conceito amplo, que pode ser encontrado em qualquer período. Mediante a constatação de que um novo sistema comunitário começa a emergir na sociedade atual, quiçá comecemos a identificar aquilo que Martin Buber (2008) havia previsto: que a “sociedade” gestaria uma “nova comunidade”, baseada nas escolhas e não nas ligações consanguíneas.

Por outro lado, nossas conclusões refutam a idéia de que a pertença comunitária implique em perda radical da identidade individual. Alguns autores definem a comunidade como algo inoperante, associado à morte do indivíduo ou a um “nada-em-comum”. A morte coincidiria em tudo com a comunidade porque ambas são experiências de um “limite”, aquilo que separa o indivíduo de si mesmo, a essência de uma impropriedade que nivela todos. Para esses autores, a comunidade não é uma identidade comum, mas uma comum ausência de identidade (TARIZZO, 2007; ESPOSITO, 2007; BLANCHOT, 1984).

Sustentamos, pelo contrário, junto com outros autores, que a comunalidade pertence ao homem individual como parte de sua constituição ontológica (SCHMITZ, 1995). Que só dentro do *ethos* da comunidade pode o indivíduo fazer-se propriamente homem, ou seja, transformar a vida natural na vida investida de valor (SODRÉ, 2009). Que a comunidade não

é o fim a que tende o indivíduo, mas é antes o princípio de onde a individualidade nasce (GENTILE, 1946). Sustentamos, enfim, que a comunidade representa, nessa perspectiva, o resgate do que há de mais natural no sujeito (NANCY, 1992) e que é somente no agir social que se forma a identidade pessoal (BERGER & LUCKMANN, 2004).

Do ponto de vista sociológico, é a comunidade que contribui para a manifestação do indivíduo em sua singularidade, uma vez que o peculiar se visibiliza mediante certo grau de homogeneidade. Cada indivíduo é uma “iniciação”, não só do tipo humano absoluto, mas também da individualidade única do próprio ser. Somente a “visão do outro” é capaz de completar esse caráter fragmentário (SIMMEL, 1973). O indivíduo precisa correr o risco de perder-se no universo comunitário, pois se fica isolado, morre em seu isolamento: “Sozinho, vi muitas coisas maravilhosas, mas nenhuma delas era verdadeira”.¹

Chegamos ao fim deste trabalho com uma sensação de incompletude. Não só pelo fato de que poderíamos ter enfatizado outros aspectos importantes do fenômeno comunitário em geral e da Comunidade Canção Nova em particular. Mas também porque, por mais que nos esforcemos com nossas teorias e métodos científicos, a impressão que temos é que não damos conta de interpretar completamente a experiência humana, seja ela qual for, da forma como realmente é.

Durante nosso trabalho empírico, testemunhamos um fato que ilustra o que estamos dizendo: os funcionários do setor de marketing da Fundação João Paulo II comentavam entre si a respeito do teor de uma carta. Uma telespectadora encaminhou a correspondência para a TV Canção Nova e, junto a esta, anexou outra carta, destinada ao programa “Tudo é possível”, da Rede Record (na época, apresentado por Eliana). A pessoa pedia que a segunda missiva fosse entregue a Eliana, pois várias vezes havia tentado contato com a apresentadora da Record, mas não recebia resposta.

Ora, a Rede Record e a TV Canção Nova estão em dois polos extremos do embate pela hegemonia religiosa no Brasil. Mas essa pessoa capta como se fosse uma coisa só. Parece que, ao tentar desvendar o mundo e apresentá-lo decodificado, a ciência causa a impressão de que o mundo é como ela explica, quando na verdade, ele o é como as pessoas o vivenciam. Conquanto não haja uma oposição radical entre essas duas visões de mundo, é inteligente admitir que nossas formulações explicam a realidade apenas parcialmente.

¹ Provérbio africano citado por KELLNER-ROGERS, Myron. WHEATLEY, Margaret J. O paradoxo e a promessa da comunidade. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, p. 25.

Há um espaço de conhecimento da realidade ao qual nós, enquanto cientistas, não temos acesso. Ou se o temos, trata-se de um ingresso efêmero. Mal acabamos de compreender e ele já muda ou aparecem novas nuances. Esse espaço é o da *experiência* das pessoas, aquilo que elas vivem intensamente à margem da ciência e sem a pretensão de explicar. Aquela telespectadora não é ignorante ou alguém incapaz de perceber a realidade. Ela apenas a percebe sob outra ótica. Afinal, na Canção Nova também tem uma Eliana (duas, aliás) e lá também, conforme seu ideal de vida: tudo é possível!

REFERÊNCIAS

1. ABIB, Jonas. *Céus novos e uma terra nova*. São Paulo: Loyola: Cachoeira Paulista-SP: Canção Nova, 1997.
2. _____. *Canção Nova: uma obra de Deus*. São Paulo: Canção Nova, Loyola, 1999.
3. _____. *Comunidade Canção Nova*. www.cancaonova.com. Consulta em 25 de outubro de 2007.
4. _____. *Entrevista concedida a Ronaldo José de Sousa*. Campinas (SP), 2 de maio de 2008.
5. ALMEIDA, Sílvio Afonso de. *Obra nova: o surgimento de novos carismas*. São José dos Campos: ComDeus, 2008.
6. AMARAL, Leila. *Carnaval da alma: comunidade, essência e sincretismo na Nova Era*. Petrópolis: Vozes, 2000.
7. ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. Tradução de Denise Bottman. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
8. ANDERSON, Nels. *Sociologia de la comunidad urbana: uma perspectiva mundial*. México, Buenos Aires: Fondo de Cultura Econômica, 1965.
9. ANJOS, Marcio Fabri dos. Comunidade e pluralismo. In. KEENAN, James F (Org). *Ética teológica católica no contexto mundial*. Aparecida: Santuário, 2010, pp. 395-410.
10. _____. CARRANZA, Brenda. Para compreender as novas comunidades católicas. In. *Convergência*, Brasília, v. 45, n. 433, jul./ago. 2010 (no prelo).
11. ANTONIAZZI, Alberto. O catolicismo no Brasil. In. *Sinais dos Tempos: tradição religiosas no Brasil*. Caderno do ISER n. 22. Rio de Janeiro: ISER, 1989, p. 13-35.

12. ARENDT, Hannah. *A condição humana*. 6 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1993.
13. AUGÉ, Marc. Sobremodernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 99-117.
14. BARBROOK, Richard. Cibercomunismo. In. *Cibercultura online* vol. 4 (2001). Disponível em www.membersfortunecity.com. Consulta em 2 de maio de 2007.
15. BARKSDALE, James L. Tecnologia de comunicação em comunidades organizacionais dinâmicas. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 99-106.
16. BARROS, Antonio Teixeira de. A natureza interdisciplinar da comunicação e o novo cenário da produção de conhecimento. In. *Ciberlegenda*, n. 9, 2002. Disponível em www.uff.br. Consulta em 20 de abril de 2006.
17. BAUMAN, Zigmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
18. _____. *Modernidade líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
19. _____. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
20. BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Arthur Morão. Lisboa: Edições 70, 1991.
21. BECK, Ulrich. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 2006.
22. BELLEBAUM, Alfred. Ferdinand Tönnies. In. MIRANDA, Orlando de (org). *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EDUSP, 1995, pp. 73-85.

23. BENEDETTI, Luiz Roberto. Novos rumos do catolicismo. In: MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 17-32.
24. BENEDICTO, Marcos. Mídia e religião: um vínculo paradoxal. Canal da Imprensa. 30 de outubro de 2003. Disponível em www.canaldaimprensa.com.br. Consulta em 25 de abril de 2008.
25. BERGER, P., LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. Petrópolis, Vozes, 1973.
26. _____. *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno*. Tradução de Edgar Orth. Petropolis: Vozes, 2004.
27. BEYER, Peter. A privatização e a influência pública da religião na sociedade global. In: FEATHERSTONE, Mike (org). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1999, pp. 395-420
28. BIRMAN, Patrícia; LEHMANN, David. *Religion and the Media in a Battle for Ideological Hegemony: the Universal Church of the Kingdom of God an TV Globo in Brazil*. In: Bulletin of Latin American Research. Manchester, 1999. Vol. 18, n. 02, p. 145-164.
29. BLANCHOT, Maurice. *La communauté inconfessabile*. Milão: Feltrinelli, 1984.
30. BÖRZEL, Tanja A. Organizando Babel: redes de políticas públicas. In: DUARTE, Fábio et all. *O tempo das redes*. São Paulo: Perspectiva, 2008, pp. 217-256.
31. BRAGA, Antonio Mendes da C. “- Sou Católico!” *Mídia televisiva e identidade católica no Brasil (T.V. Canção Nova: um estudo de caso)*. Trabalho apresentado na XII Jornada sobre alternativas religiosas na América Latina da Associação de Cientistas Sociais da Religião do Mercosul. São Paulo: outubro de 2003.
32. _____. TV católica Canção Nova: providência e compromisso x mercado e consumismo. In: *Religião e Sociedade*, 24 (1). Rio de Janeiro: 2004, pp. 113-123.

33. _____. *Catolissização do cotidiano, cotidianização do catolicismo*: mídia, novas práticas religiosas e individualidade entre telespectadores e ouvintes da Rádio e TV Católica Canção Nova. Porto Alegre: 2006 (digitado).
34. BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia*: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006. (Coleção Comunicação).
35. BUBER, Martin. *Sobre comunidade*. Seleção e introdução de Marcelo Dascal e Oscar Zimmermann. São Paulo: Perspectiva, 2008. (Debates, 203).
36. BURGESS, Ernest W. PARK, Robert E. Comunidade e sociedade como conceitos analíticos. In. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade*: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 144-152.
37. BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
38. CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado*: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis: Vozes, São Paulo: Simpósio, São Bernardo do Campo: Umesp, 1997.
39. CAMPOS, Roberta Bivar Carneiro. CAMINHA, Carla Patrícia Ribeiro. A Obra de Maria: a redefinição da devoção mariana. In. MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas*: em busca do espaço pós-moderno. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 267-288.
40. CAMURÇA, Marcelo Ayres. Tradicionalismo e meios de comunicação de massa: o catolicismo midiático. In. MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas*: em busca do espaço pós-moderno. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 59-78.
41. CANCLINI, Nestor. *Consumidores e cidadãos*: conflitos multiculturais da globalização. 3 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

42. CAPRA, Fritjof. Vivendo redes. In. DUARTE, Fábio et all. *O tempo das redes*. São Paulo: Perspectiva, 2008, pp. 17-30.
43. CARRANZA, Brenda Maribel. *Renovação Carismática Católica: origens, mudanças, tendências*. Aparecida: Santuário, 2000.
44. _____. *Movimentos do catolicismo brasileiro: cultura, mídia, instituição*. Campinas, 2005. 576 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas.
45. _____. Perspectivas da neopentecostalização católica. In. MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 33-58.
46. _____. MARIZ, Cecília. Novas comunidades católicas: por que crescem? In. MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 139-170.
47. CASALEGNO, Frederico, KAVANAUGH, Andréa. Autour dês communautés et dês réseaux de télécommunications. In. *Societés: Revue dês Sciences Humaines et Sociales*, n. 59. Paris: De Boech Université, 1998/1, pp. 63-77.
48. CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 2 ed. Tradução: Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A Era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).
49. _____. *O poder da identidade*. 2 ed. Tradução de Klaus Braudini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A Era da informação e economia: economia, sociedade e cultura, v. 2).
50. _____. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*, vol. 3, São Paulo: Paz e terra, 1999.
51. _____. *La Galaxie Internet*. Paris: Fayard, 2002.

52. _____. Inovação, liberdade e poder na Era da Informação. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 225-231.
53. CASTILHO, José Maria. Os ministérios ordenados. In.: *Os leigos na Igreja*. S/l: s/d, 11p. (Texto digitado, de tradução livre do espanhol).
54. CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 1982.
55. CHALITA, Gabriel. *Eu acredito em milagres: a história de Padre Jonas Abib*. 6 ed. Cachoeira Paulista (SP): Canção Nova, 2008.
56. COHEN, Harry. A idéia de Gemeinschaft: rumo a uma nova sociologia humanística. In. MIRANDA, Orlando de (org). *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EDUSP, 1995, pp. 205-228.
57. COHEN, Martine. Les renouveaux catholique et juif en France. In. CHAMPION, F; HERVIEU-LEGER, D. *De l'émotion en religion: renouveaux et traditions*. Paris: Centurion, 1990, pp. 123-169.
58. _____. La regulation catholique des pratiques pentecôtistes au sein du Renouveau Charismatique Français. In. BERTIN, George, ROUSSEAU, Marie Claude. *Pentêcote: de l'intime au social*. Nantes: Université Catholique de l'Ouest, 1997, pp. 131-150.
59. CONSELHO EPISCOPAL LATINO AMERICANO. *Comunicação: missão e desafio*. São Paulo: Paulinas, 1998.
60. CORTEN, André. *La Banalisation du Miracle: Analyse du Discours de L'Argumentation*. In: Horizontes Antropológicos/ UFRGS, IFCH. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, jun.1998. Ano IV, n. 8, p. 199-210.
61. COSTA, Evandro Ruiz Alves. *Dinâmica populacional e Igreja Católica no Brasil: 1960-2000*. Rio de Janeiro: CERIS, 2001. (Cadernos CERIS, ano 2, n. 3).

62. COSTA, Rogério. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. *Interface – Comunic., Saúde, Educ.*, v. 9, n. 17, p. 235-48, mar/ago 2005.
63. COVEY, Stephen R. A comunidade ideal. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 57-66.
64. CSORDAS, Thomas. *Language, caisma and creativity*. Berkeley: University of Califórnia Press, 1996.
65. DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
66. DELLA CAVA, Ralph. MONTEIRO, Paula. *E o verbo se fez imagem: Igreja Católica e os meios de comunicação no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1994.
67. DIAS, Arlindo Pereira. Igreja Católica e televisão: estratégias de comunicação. Disponível em www.encipecom.metodista.br. Consulta em 01 de setembro de 2010.
68. DIEL, Paulo Fernando. A paróquia no Brasil na restauração católica durante a Primeira República. IN. TORRES-LONDOÑO, Fernando (org.). *Paróquia e comunidade no Brasil: perspectiva histórica*. São Paulo: Paulo, 1997, pp. 131-170.
69. DRUCKER, Peter F. Civilizando a cidade. In. *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 13-20.
70. DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. Tradução de Margarida Garrido Esteves. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p. 71-161. (Os pensadores).
71. _____. *Da divisão do trabalho social*. Tradução de Carlos Alberto Ribeiro de Moura. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p. 1-70. (Os pensadores).
72. ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano: essência das religiões*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

73. ELIAS, Nobert. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
74. ESPOSITO, Roberto. Nihilismo e comunidade. In. PAIVA, Raquel. *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Prefácio de Muniz Sodré. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, pp. 15-30.
75. ETZIONI, Amitai. *The spirit of community: rights, responsibilities and the communitarian agenda*. New York: Crown, 1993.
76. _____. *La nueva regla de oro: comunidad y moralidad em uma sociedad democratica*. Bracelona: Paidos, 1999.
77. FEATHERSTONE, Mike (org). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
78. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade no Brasil: leituras básicas de introdução ao estudo macro-sociológico do Brasil*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, Editora da USP, 1972.
79. FERNANDES, Sílvia Regina Alves. Prática religiosa e participação social. In. CENTRO DE ESTATÍSTICA RELIGIOSA E INVESTIGAÇÕES SOCIAIS (CERIS). *Desafios do catolicismo na cidade: pesquisa em regiões metropolitanas brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2002, p. 88-129.
80. _____. PITTA, Marcelo Trindade. Meios de comunicação e religião. In. CENTRO DE ESTATISTICA RELIGIOSA E INVESTIGAÇÕES SOCIAIS. *Desafios o catolicismo na cidade: pesquisa em regiões metropolitanas brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2002, pp. 137-198.
81. FERRÉS, Joan. *Televisão subliminar: socialização através de comunicações despercebidas*. Trad. Ernani Rosa e Beatriz A. Neves. Porto Alegre: Artmed, 1998.
82. FISK, John. *Introdução ao estudo da comunicação*. 4 ed. Porto Codex, Portugal: Asa Editores, 1988.

83. FREYER, Hans. Comunidade e sociedade como estruturas histórico-sociais. In. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 132-139..
84. FRANKL, Victor E. *Em busca de sentido: um psicólogo no campo de concentração*. São Leopoldo: Sinodal; Petrópolis: Vozes, 1991 (Coleção Logoterapia).
85. FREUD, Sigmund. *O mal estar na civilização*. São Paulo: Abril, 1978 (Os pensadores).
86. GAUDINI, Claire L. A sabedoria como capital nas comunidades prósperas. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 67-77.
87. GENTILE, Giovanni. *Gènesi e struttura della società*. Firenze: Sansoni, 1946.
88. GEUSS, Raymond. *Teoria crítica: Habermas e a Escola de Frankfurt*. Campinas: Papyrus, 1988.
89. GITLIN, Todd. *Mídias sem limite: como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas*. Tradução de Maria Beatriz de Medina. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
90. GOLDSMITH, Marshall. Comunidades globais e comunidades por escolha. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 107-119.
91. GÓMEZ, Guillermo Orozco. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 81-98.
92. GONÇALVES, Gisela. Comunitarismo ou liberalismo? Universidade da Beira Interior, setembro/1998. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Consulta em 12 de junho de 2010.

93. GONDAL, Marie-Louise. *Comunidades no cristianismo: um novo passo a ser dado*. Tradução de Magno José Vilela. São Paulo: Paulinas, 1999. (Coleção: Atualidade em diálogo).
94. GOULDNER, Alvin. *La dialéctica de la ideología y la tecnología*. Madri: Alianza, 1978.
95. HABERMAS, Jürgen. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Dom Quixote, 1998.
96. HALL, Stuart. *Codage/Decodage*. Réseaux Reader CNET: Paris, 1997.
97. _____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1998.
98. _____. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
99. HARTMANN, Atilio Ignácio. *Religiosidade e mídia eletrônica: a mediação sociocultural religiosa e a produção de sentido na recepção de televisão*. São Paulo: USP, 2000, 352 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes.
100. HÉBRARD, Monique. *Os carismáticos*. Porto: Perpétuo Socorro, 1992.
101. HEIDEGGER, Martin. *Ser e tempo*. Petrópolis: Vozes, 1988.
102. HERVIEU-LÉGER, Daniele. *Vers um nouveau christianisme? Introduction à la sociologie du christianisme occidental*. Paris: Éditions du Cerf, 1986.
103. _____. Representam os surtos emocionais contemporâneos o fim da secularização ou o fim da religião? In. *Religião e sociedade*, v. 18, n.1. Rio de Janeiro: CER/ISER, 1997, pp.31-48.
104. _____. *O peregrino e o convertido: a religião em movimento*. Tradução de João Batista Kreuch. Petrópolis: Vozes, 2008.

105. JAMESON, Fredric. Notas sobre a globalização como questão filosófica. In. PRADO, José Luiz Aidar, SOVIK, Liv (orgs). *O lugar global, o lugar nenhum: ensaios sobre democracia e globalização*. São Paulo: Hacker Editores, 2001, p.11-39.
106. KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 119-147.
107. KELLNER-ROGERS, Myron. WHEATLEY, Margaret J. O paradoxo e a promessa da comunidade. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 21-30.
108. KUNSCH, Waldemar Luiz. *Comunicação eclesial católica: inventário e análise da produção acadêmica sobre a comunicação eclesial católica nos programas brasileiros de pós-graduação em comunicação social*. São Bernardo do Campo, 2001. 307 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo.
109. LACERDA, Lucelmo. Fogo na televisão: ofensiva eletrônica da Renovação Carismática Católica. Revista Espaço Acadêmico, n. 58, mar/2006. Disponível em www.espacoacademico.com.br. Consulta em 04 de junho de 2009.
110. LANG, Alice Beatriz da Silva Gordo. História Oral: procedimentos e desafios. In. *Desafios da pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: CERU, 2001, pp. 92-112.
111. LEMOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
112. _____. Agregações eletrônicas ou comunidades virtuais? Análises da lista FACOM e cibercultura. Disponível em www.facom.ufba.br. Consulta em 10 de janeiro de 2005.
113. _____. Ciber-socialidade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Disponível em www.facom.ufba.br. Consulta em 02 de maio de 2006.
114. LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. São Paulo: Editora 34, 1995.

115. _____. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999, 264 p. (Coleção TRANS).
116. LIBANIO, João batista. *A vida religiosa na crise da modernidade brasileira*. Rio de Janeiro: CRB, São Paulo: Loyola, 1995.
117. _____. O sagrado na pós-modernidade. In. CALIMAN, Cleto (org.), *A sedução do Sagrado: o fenômeno religioso na virada do milênio*. Petrópolis: Vozes, 1998, pp. 61-78.
118. LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. 5 ed. Tradução de Ricardo Corrêa Barbosa. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1979.
119. LUCENA, Reinaldo Farias Paiva de. *Comunidades de vida e aliança: um oásis no deserto*. Recife: Ed. do autor, 2005.
120. MACHADO, Maria das Dores C. *Carismáticos e pentecostais: adesão religiosa na esfera familiar*. São Paulo/Campinas, Anpocs/Editores Autores Associados, 1996.
121. MacIVER, R.M. PAGE, Charles H. Comunidade e sociedade como níveis de organização da vida social. In. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 117-131.
122. MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1996.
123. _____. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. 4 ed. São Paulo: Forense Universitária, 2006.
124. MAIA, Kaliane de Freitas. *As comunidades de vida e aliança no contexto do catolicismo: uma análise do caso da Remidos no Senhor*. Campina Grande, 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades.

125. MALDONATO, Mauro. As origens e a evolução do conceito de tolerância. Texto apresentado no Seminário de Cultura e Intolerância (SESC Vila Mariana). São Paulo, novembro de 2003. Disponível em www.secsp.org.br. Consulta em 13 de julho de 2010.
126. MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem: poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1986.
127. MARIZ, Cecília Loreto; MELLO, Gláucia Buratto Rodrigues de. *Insatisfações com a família e sociedades contemporâneas: uma comparação entre comunidades católicas e New Age*. In. Estudos de sociologia: revista do Programa em Pós-Graduação em Sociologia da UFPE, v. 13, n.1, p. 49-75.
128. _____. *Comunidades de vida no Espírito: um novo modelo de família?* Trabalho apresentado no VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Coimbra, 2004. Disponível em www.ces.uc.pt. Consulta em 08 de junho de 2006.
129. _____. *Comunidades de vida no Espírito Santo: juventude e religião*. *Tempo social* [online], nov. 2005, vol. 17, n. 2, p. 253-273. Disponível em www.scielo.br. Consulta em 06 de junho de 2006.
130. _____. *A Rede Vida: o catolicismo na TV*. In. *Imagens da Religião. Cadernos de Antropologia e Imagem*, n. 7. Rio de Janeiro: PPCIS/NAI, UERJ, 1998.
131. _____. *A Renovação Carismática Católica: uma igreja dentro da Igreja?* *Civitas – Revista de Ciências Sociais* v. 3, nº 1, jun. 2003, pp. 169-186.
132. _____. *Missão religiosa e migração: “novas comunidades” e igrejas pentecostais no exterior*. *Análise Social*. Vol. XLI (1º), 2009, p. 161-187.
133. _____. AGUILAR, Luciana. *Shalom: construção social da experiência vocacional*. In. MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 241-265.

134. MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
135. _____. Globalização comunicacional e transformação cultural. In. MORAES, Denis de (org). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. São Paulo e Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 57-102.
136. _____. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 51-79.
137. MARX, Karl. *O capital*. 5 ed. resumida por Julian Borchardt. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
138. _____. *Para a crítica da economia política*. Trad. José Arthur Gianotti e Edgar Malagodi. São Paulo: Nova Cultural, 1991, pp. 3-32. (Os Pensadores).
139. MATTELART, Armand. *A globalização da comunicação*. Bauru: EDUSC, 2000.
140. _____. Para que “Nova ordem mundial da informação”? In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 233-246.
141. MAUSS, Marcel. A expressão obrigatória dos sentimentos. In. OLIVEIRA, Roberto Cardoso de (org). *Marcel Mauss: antropologia*. São Paulo: Ática, 1979, pp. 147-153. (Grandes cientistas sociais, 11).
142. MENDES, Márcio. *Quando só Deus é a resposta*. 41a. ed. Cachoeira Paulista: Canção Nova, 2004.
143. MIRANDA, Antonio Afonso de. Entrevista concedida ao Portal Canção Nova. Disponível em www.cancaonova.com/portal/canais/entrevista. Consulta em 25 de março de 2009.

144. MIRANDA, Júlia. *Carisma, sociedade e política: novas linguagens do religioso e do político*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
145. MIRANDA, Orlando de. A armadilha do objeto: o ponto de partida de Ferdinand Tönnies. In. MIRANDA, Orlando de (org). *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EDUSP, 1995, pp. 53-72.
146. MORAES, Denis de. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In. *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
147. MUSSO, Pierre. Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 191-224.
148. NANCY, Jean-Luc. *La communauté inoperosa*. Milão: Cronopio, 1992.
149. OLIVEIRA, Eliane Martins de. *O mergulho no Espírito de Deus: diálogos (im)possíveis entre a RCC e a Nova Era na Comunidade de Vida no Espírito Canção Nova*. Rio de Janeiro, 2003. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Estadual do Rio de Janeiro.
150. _____. O mergulho no Espírito de Deus: interfaces entre o catolicismo carismático e a Nova Era. In. *Religião e Sociedade*, 24 (1). Rio de Janeiro: 2004, pp. 85-112.
151. _____. *Sinfonia inacabada: segredo, imaginação e a comunidade de vida Canção Nova*. Rio de Janeiro, 2008. Tese (Doutorado em Ciências). Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.
152. _____. A “vida no Espírito” e o dom de ser “Canção Nova”. In. MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 195-222.

153. OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. *Revista de antropologia*. São Paulo: USP, 1996, v.. 39, n.1, pp. 13-37.
154. ORO, Ari Pedro. *Avanço pentecostal e reação católica*. Petrópolis: Vozes, 1996.
155. PAGE, Charles H. MACIVER, R. M. Comunidade e sociedade como níveis de organização da vida social. In. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 117-131.
156. PALACIOS, Marcos. Cotidiano e Sociabilidade no Cyberespaço: apontamentos para discussão. Disponível em <<http://facom/ufba/br/pesq/cyber/palacios/cotidiano.html>> (19/11/1998).
157. PAIVA, Raquel. *O espírito comum: comunidade, mídia e globalização*. Petrópolis: Vozes, 1998.
158. _____. (org). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Prefácio de Muniz Sodré. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
159. PARK, Han Woo. THELWALL, Mike. Rede de *hyperlinks*: estudo da estrutura social na internet. In. DUARTE, Fábio et all. *O tempo das redes*. São Paulo: Perspectiva, 2008, pp. 191-216.
160. PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. Mídia e entretenimento: em busca da religiosa audiência. In. *Revista de Estudos da Religião*, set. 2008, pp. 69-88. Disponível em www.pucsp.br/rever. Consulta em 18 de dezembro de 2008.
161. PAULA, Marcio Gimenes de. *Indivíduo e comunidade na filosofia de Kierkegaard*. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Filosofia).
162. PEREIRA, Edilson. *O Espírito da Comunidade: passagens entre o mundo e o sagrado na Canção Nova*. Rio de Janeiro. Dissertação de Mestrado em Sociologia e Antropologia, PPGSA, IFCS, UFRJ, 2008.

163. _____. O espírito da oração ou como carismáticos entram em contato com Deus. In. *Religião e Sociedade*. v. 29, n. 2, Rio de Janeiro, 2009.
164. PESSINATI, Nivaldo Luiz. *Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil*. Petropolis: Vozes, 1998.
165. PINCHOT, Gifford. Desenvolvendo a comunidade no local de trabalho. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 131-143.
166. PLÉTY, Robert. *Igreja ordinária e comunidades novas: um problema de comunicação*. Tradução de Paulo Ferreira Valério. São Paulo: Paulinas, 1999.
167. POLLAK, Michel. Memória e identidade social. In. *Estudos Históricos*, v. 5, n. 10. Rio de Janeiro: CPDOC, FGV, 1992, pp. 200-212.
168. PORTELLA, Rodrigo. Medievais e pós-modernos: a Toca de Assis e as novas sensibilidades católicas juvenis. In. MARIZ, Cecília Loreto et al (orgs.). *Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno*. Aparecida (SP): Idéias & Letras, 2009, pp. 171-194.
169. PRIMO, Alex F. T. A Emergência das Comunidades Virtuais. Texto apresentado no Gt de Teoria da Comunicação no XX Congresso da Intercom – Santos/SP, 27 de agosto a 07 de setembro de 1997. Online em <<http://usr.psico.ufrgs.br/~aprimo>> (10/08/2001)
170. QUANDT, Carlos. SOUZA, Queila. Metodologia de análise de redes sociais. In. DUARTE, Fábio et all. *O tempo das redes*. São Paulo: Perspectiva, 2008, pp. 31-64.
171. RAMONET, Ignácio. O poder midiático. In. MORAES, Denis de (org). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. São Paulo, Rio de Janeiro: Record, 2003, pp.243-252).
172. RAMOS, Luiz Carlos. *A pregação na Idade Mídia: os desafios da sociedade do espetáculo para a prática homilética contemporânea*. São Bernardo do Campo, 2005, 280 p.

Tese (Doutorado em Ciências da Religião) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2005.

173. RECUERO, Raquel da Cunha. Comunidades virtuais: uma abordagem teórica. Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Comunicação (PUC-RS), 2001. Disponível em www.pontomidia.com.br. Consulta 12 de junho de 2006.

174. RHEINGOLD, Howard. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1994. Colección Límites de La Ciência.

175. _____. Comunidades virtuais. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 120-127.

176. ROMEIRO, Paulo. *Decepcionados com a graça*. São Paulo: Mundo Cristão, 2005.

177. RÜDIGER, Francisco. *Introdução às teorias da cibercultura: tecnocracia, humanismo e crítica no pensamento contemporâneo*. 2 ed. rev. Ampl. (2007). Porto Alegre: Sulina, 2007.

178. SÁNCHEZ, José Luis Noriega. *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Editorial Tecnos, 1997.

179. SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

180. SANTIAGO, Luzia. Entrevista concedida ao Portal Canção Nova. Disponível em www.cancaonova.com/portal/canais/entrevista. Consulta em 25 de março de 2009.

181. SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. Crescei e multiplicai-vos: a explosão religiosa na televisão brasileira. *InTexto* (UFRGS), v.11, 2004, pp.1-23.

182. SCHAFF, Adam. *A sociedade informática*. São Paulo: Unesp, 1990.

183. SCHENEIDER, Eugene V. *Sociologia industrial: relações sociais entre a indústria e a comunidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

184. SCHERER, Jacqueline. Alguns paradoxos das comunidades contemporâneas: uma visão sociológica. In. GREGORY, Afonso (org). *Comunidades eclesiais de base: utopia ou realidade*. Petrópolis: Vozes, 1973, pp. 97-123.
185. SCHMIDT, Gerson. *TV brasileira: novo púlpito da Igreja Eletrônica*. Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2008.
186. SCHMITZ, Kenneth L. Comunidade: a unidade ilusória. In. MIRANDA, Orlando de (org). *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EDUSP, 1995, pp. 177-193.
187. SILVA, Leonardo Almeida da. *O Espírito sopra como quer? Consequências das relações institucionais da Renovação Carismática Católica*. Niterói (RJ), 2008. Monografia (Graduação em Ciências Sociais). Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense.
188. SILVA, Lídia. A internet: a geração de um novo espaço antropológico. Texto apresentado no Colóquio Comemorativo dos 20 anos da Revista Crítica de Ciências Sociais. Disponível em www.ces.fe.uc.pt; Consulta em 12 de março de 2000.
189. SILVA, Maria das Graças. *A Igreja e a evangelização pela TV*. São Paulo: Paulinas. 1991.
190. SILVA, Wagner Ferreira. *A contribuição dos novos movimentos eclesiais na formação da consciência moral: uma análise da experiência da Comunidade Canção Nova do Brasil*. Tese de Doutorado. Pontifícia Universitas Lateranensis (Academia Alfonsiana, Institutum Superius Theologiae Moralis). Roma, 2009.
191. SIMMEL, Georg. Requisitos universais e axiomáticos da sociedade. In. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 63-81.
192. _____. A natureza sociológica do conflito. In. MORAES FILHO, Evaristo (org). *Georg Simmel: sociologia*. São Paulo: Ática, 1983, pp. 122-134. (Grandes cientistas sociais, 34).

193. _____. Conflito e estrutura de governo. In. MORAES FILHO, Evaristo (org). *Georg Simmel: sociologia*. São Paulo: Ática, 1983, pp. 151-164. (Grandes cientistas sociais, 34).
194. SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede*. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.
195. _____. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 19-31.
196. SOUSA, Ronaldo José de. *Ide às encruzilhadas: doutrina social, Renovação Carismática e opção pelos pobres*. Aparecida (SP): Santuário, 2003. (Coleção RCC Novo Milênio, 9).
197. _____. *Carisma e instituição: relação de poder na Renovação Carismática Católica do Brasil*. Aparecida: Santuário, 2005.
198. _____. *O discípulo amado: autoconhecimento a partir da experiência de Deus*. Aparecida: Santuário, 2009.
199. _____. SILVA, Magnólia Gibson Cabral da. *Religião e sociedade de consumo: a relação entre religião e consumismo moderno a partir da prática da Comunidade Carismática Canção Nova*. Campina Grande: 2010 (Digitado).
200. SOUZA, André Ricardo de. *Igreja in concert: padres cantores, mídia e marketing*. São Paulo: FAPESP, Annablume, 2005.
201. _____. As investidas católicas na mídia. In. *Revista de Estudos da Religião*, set. 2008, pp. 27-45. Disponível em www.pucsp.br/rever. Consulta em 14 de dezembro de 2008.
202. SOUZA, Hebert Rodrigues de. *Trajectoria da comunicação eclesial protestante no Brasil: o pensamento e a ação da Reinhard Brose*. São Bernardo do Campo, 2005 (A). 189 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo.

203. STEIL, Carlos Alberto. ORO, Ari Pedro (Orgs). *Globalização e religião*. Petrópolis: Vozes, 1997.
204. _____. Igreja, comunidade e mística. Uma interpretação da crise da igreja da libertação. In: ALTMANN, Walter; ALTMANN, Lori. (Org.). *Globalização e religião: desafios à fé*. São Leopoldo: CECA/CLAI, 2000, p. 36-53.
205. _____. Antropologia do turismo: comunidade e desterritorialização. In: PERALTA, Elsa; ANICO, Marta (Org.). *Patrimónios e Identidades*. Ficções contemporâneas. Oeiras: Celta Editora, 2006, p. 163-170.
206. _____. Aparições marianas contemporâneas e carismatismo católico. In: SANCHIS, Pierre (Org.). *Fiéis & Cidadãos*. Percursos de sincretismo no Brasil. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2002, p. 117-146.
207. _____. Renovação Carismática Católica: porta de entrada ou de saída do catolicismo? Uma etnografia do Grupo São José, Porto Alegre (RS). *Religião & Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 11-36, 2004.
208. _____. Da comunidade à mística. *Teoria & Sociedade* (UFMG), Belo Horizonte, v. Esp., n. maio/03, p. 144-155, 2003.
209. _____. Pluralismo, modernidade e tradição: transformações do campo religioso. *Ciências Sociais e Religião*, Porto Alegre, v. 3, n. 3, p. 115-129, 2001.
- STIEGLER, Bernard. *La technique et le temps*. Paris: Galilée, 1994.
210. STOCKINGER, Gottfried. Para uma teoria sociológica da comunicação. Editoração eletrônica FACOM, 2001. Disponível em www.facom.ufba.br. Consulta em 26 de agosto de 2008.
211. TAYLOR, Charles. *La malaise de la modernité*. Paris: Du Cerf-Humanités, 1995.

212. TARIZZO, Davide. Filósofos em comunidade: Nancy, Espósito, Agamben. In. PAIVA, Raquel. *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Prefácio de Muniz Sodré. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, pp. 31-61.
213. THOMAS, J. B. Comunidade. In. OUTHWAITE, W. & BOTTOMORE, T. (Eds). *Dicionário do pensamento social do século XX*. Rio de Janeiro: Zahar, 1996, pp. 115-117.
214. THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação da massa*. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
215. _____. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1999.
216. THUROW, Lester C. A comunidade econômica e o investimento social. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 31-37.
217. TIMBÓ, Sidney. *Novas comunidades: uma novidade no Brasil e no mundo*. Fortaleza: Shalom, 2004.
218. TÖNNIES, Ferdinand. Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais. In. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 96-116.
219. _____. Comunidade e sociedade (textos selecionados). In. MIRANDA, Orlando de. *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EDUSP, 1995, p.231-342.
220. TORRES-LONDOÑO, Fernando (org.). *Paróquia e comunidade no Brasil: perspectiva histórica*. São Paulo: Paulo, 1997.
221. TÖTTÖ, Pertti. Ferdinand Tönnies: um racionalista romântico. In. MIRANDA, Orlando de (org). *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EDUSP, 1995, pp. 41-32.
222. TRIVINHO, Eugênio. *O mal-estar na teoria*. Rio de Janeiro: Quadrant, 2002.

223. TURNER, B. The self and reflexive modernity. In. *Orientalism, Postmodernism and globalism*. London: Routledge, 1994.
224. ULRICH, Dave. Seis práticas para criar comunidades de valores, e não de proximidade. In. DRUCKER, Peter F (org). *A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade*. São Paulo: Futura, 1998, pp. 159-168.
225. VATTIMO, Gianni. *A sociedade transparente*. Lisboa: Edições 70, 1989.
226. VIAN, Itamar. CORMADO, João Pedro. *Movimentos eclesiais e novas comunidades*. São Paulo: Ave Maria, 2005.
227. VIEIRA, Vanessa. Católicos reclusos. In. *Veja*, n. 48, 3 de dezembro de 2008.
228. VILCHES, Lorenzo. Migrações midiáticas e criação de valor. In. MORAES, Denis de (org). *Sociedade midiaticizada*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 157-189.
229. VELHO, Guilherme. Unidade e fragmentação em sociedades complexas. In. SOUZA, Jessé; ÖELSE, Berthold. *Simmel e a modernidade*. Brasília: UNB, 1998, pp. 255-273.
230. VOS FELLMAN, Philip. WRIGHT, Roxana. Modelando redes terroristas. In. *Sinais dos Tempos: tradição religiosas no Brasil*. Caderno do ISER n. 22. Rio de Janeiro: ISER, 1989, p. 133-154.
231. WEBER, Max. Comunidade e sociedade como estruturas de socialização. In. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 140-143.
232. _____. *Ensaio de sociologia*. 4 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
233. _____. *Metodologia das ciências sociais*. 2 ed. Tradução de Augustin Wernet. São Paulo: Cortez, Campinas: Unicamp, 1993.

234. _____. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília: UNB; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

235. WIRTH, Louis. Delineamento e problemas da comunidade. In. FERNANDES, Florestan (org). *Comunidade e sociedade: leitura sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional, USP, 1973, pp. 82-95.

ILUSTRAÇÕES¹



Ilustração I – Monsenhor Jonas Abib (Fundador da Comunidade Canção Nova)

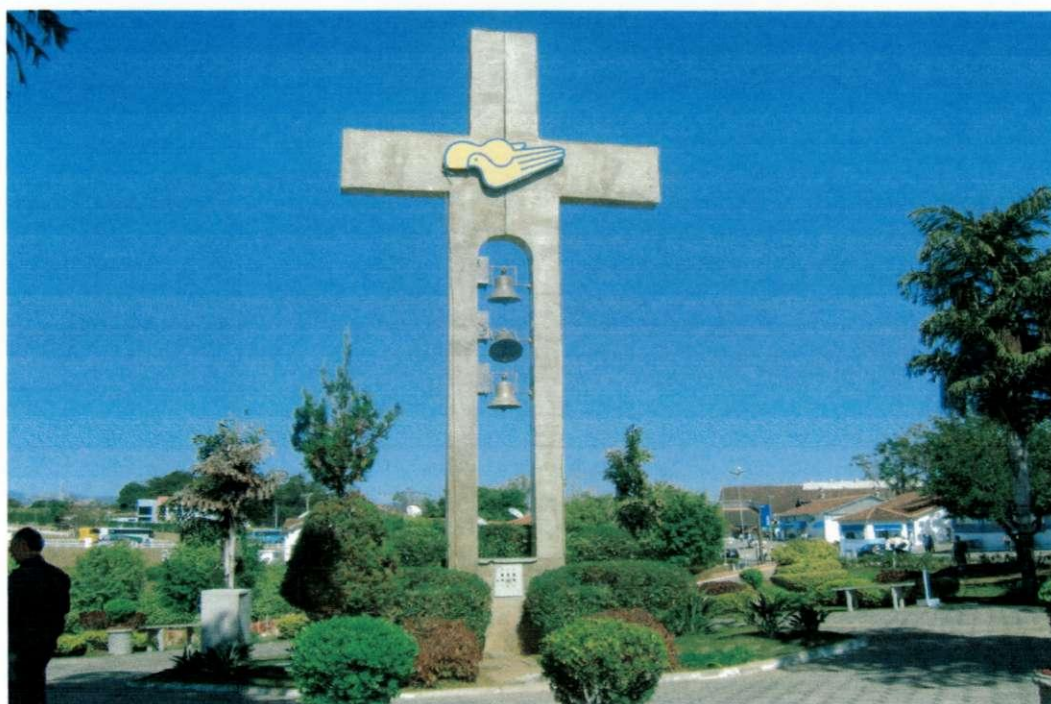


Ilustração II – Monumento na entrada da Chácara Santa Cruz (Cachoeira Paulista – SP)

¹ Todas as fotos dessa seção foram feitas em julho de 2010.

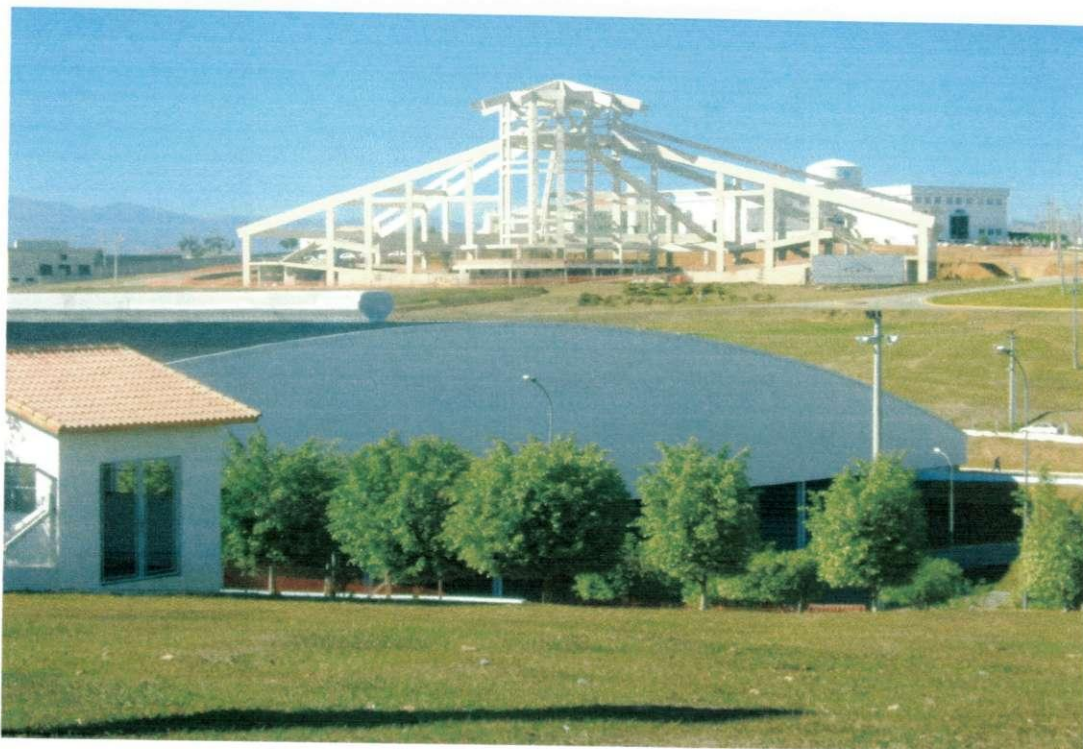


Ilustração III - “Rincão” novo e, ao fundo, estrutura da “Igreja do Pai das Misericórdias”



Ilustração IV - “Rincão” velho



Ilustração V – Rádio Canção Nova



Ilustração VI – Departamento de Áudio Visuais (DAVI)



Ilustração VII – Prédio da Administração



Ilustração VIII – Auditório São Paulo



Ilustração IX – Vista panorâmica (ao fundo, residências dos comunitários)



Ilustração X – Pousada Sérgio Abib