



UFSM

Dissertação de Mestrado

**PRÁTICAS MEDIATIZADAS DA CANÇÃO NOVA NA
INTERNET: AFETAÇÃO DE LÓGICAS
COMUNICACIONAIS CATÓLICAS E MIDIÁTICAS**

Ana Cássia Pandolfo Flores

PPGCOM

Santa Maria, RS, Brasil

2010

**PRÁTICAS MEDIATIZADAS DA CANÇÃO NOVA NA
INTERNET: AFETAÇÃO DE LÓGICAS COMUNICACIONAIS
CATÓLICAS E MUDIÁTICAS**

por

Ana Cássia Pandolfo Flores

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, Área de Concentração em Mídia e Estratégias Comunicacionais, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Comunicação**.

Orientador: Dra. Eugenia Mariano da Rocha Barichello

Santa Maria, RS, Brasil

2010

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências da Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Mestrado em Comunicação Midiática

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a proposta de
dissertação de Mestrado

**PRÁTICAS MUDIATIZADAS DA CANÇÃO NOVA NA INTERNET:
AFETAÇÃO DE LÓGICAS COMUNICACIONAIS
CATÓLICAS E MUDIÁTICAS**

elaborada por

Ana Cássia Pandolfo Flores

Como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação

COMISSÃO EXAMINADORA:

Dra. Eugenia Maria Mariano da Rocha Barichello (UFSM)

Dr. Pedro Gilberto Gomes (UNISINOS)

Dra. Viviane Borelli (UNIFRA)

Santa Maria, 01 de março de 2010.

*Dedico aos sonhadores do
Ministério Universidades Renovadas,
que, na aventura do mundo,
vão unindo a fé e a razão.*

AGRADECIMENTOS

A Deus, Uno e Trino, obrigado pelo Amor que me sustenta e tece a história.

Aos Pandolfo Flores, pai, mãe, Lu, Diego e Cris. Tudo o que fazemos tem a essência que nos identifica como família. Obrigada por me ensinarem a ser feliz a cada dia com suas presenças vivas de oração e amor.

À professora Eugenia, treinadora de cabeças, por ser peça fundamental na minha trajetória acadêmica com a sua orientação, conhecimento e vocação de pensar o mundo. Obrigada pela amizade e confiança.

À CAPES que me proporcionou dedicação exclusiva a esse trabalho.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM pelos ensinamentos e pela inspiradora dedicação acadêmica.

Aos colegas-amigos: o pessoal divertido, os brilhantes colegas do mestrado e a Daia Stasiak. Com vocês, o “pensar a comunicação” faz parte da ordem da vida.

Às pentefinianas, por fazerem a vida-filme ser cheia de amor real e amizade autêntica.

Aos amigos de longe e de perto que não só torceram, mas embarcaram junto comigo nos questionamentos e batalhas desse tempo. Obrigada pelas perguntas, pelas reflexões, pela amizade e pelas diferenças que me fizeram crescer e ser uma pessoa melhor.

Ao Vinícius, escola de temperança e de candura, obrigada por fazer do tempo de agora um tempo de sorrisos.

Sois maior que a palavra que temos sobre Vós,

escapai-nos, graças a Deus!

(Adélia Prado)

RESUMO

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Santa Maria

PRÁTICAS MIDIATIZADAS DA CANÇÃO NOVA NA INTERNET: AFETAÇÃO DE LÓGICAS COMUNICACIONAIS CATÓLICAS E MIDIÁTICAS

AUTORA: ANA CÁSSIA PANDOLFO FLORES

ORIENTADOR: DRA. EUGENIA MARIA MARIANO DA ROCHA BARICHELLO

Dia e Local da Defesa: Santa Maria, 01 de março de 2010.

Na presente dissertação, ocupamo-nos da temática da midiatização da Igreja Católica. O objetivo geral é analisar como se dá a afetação das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas nas práticas midiatizadas da Canção Nova. Ao considerar que o fenômeno midiático mostra-se como uma matriz de práticas sociais, pelo fato de reorganizar a forma de atuação da Igreja na sociedade midiatizada, entendemos haver um processo de afetação entre a lógica comunicacional do campo midiático, tomada aqui como lógica da ambiência, e a lógica comunicacional católica, entendida como lógica da transmissão da informação. O objeto empírico deste estudo é o portal cancaonova.com pertencente à Canção Nova, uma comunidade católica que tem como proposta a evangelização através dos meios de comunicação. Os objetivos específicos consistem em mapear a ocorrência e o funcionamento das práticas católicas no portal cancaonova.com e identificar a presença de afetação das lógicas comunicacionais católica e midiática nas práticas midiatizadas na Canção Nova no portal. O estudo configura-se como uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório e interpretativo que utiliza o estudo de caso. A pesquisa está organizada em duas etapas. A primeira etapa, metodológica, diz respeito à exploração e a análise das modificações das práticas católicas da formação, liturgia e oração no portal. A segunda etapa corresponde à identificação e ao estudo da afetação das lógicas comunicacionais presentes no portal. A dissertação divide-se em três capítulos. O primeiro se dedica ao entendimento do campo midiático e religioso e de seus imbricamentos no que tange à atuação midiática da Igreja Católica. O segundo reflete sobre a midiatização da sociedade e as lógicas comunicacionais envolvidas nas novas possibilidades advindas do desenvolvimento tecnológico. O último capítulo trata da pesquisa empírica e evidencia as modificações encontradas nas práticas católicas presentes no portal, além de se ocupar da identificação das lógicas comunicacionais católica e midiática e de suas afetações. A análise aponta, ainda, para a existência da lógica do desdobramento, resultado da afetação entre as lógicas da transmissão e da ambiência. A midiatização da Igreja faz com que o religioso presente na internet não seja mais o mesmo religioso historicamente conhecido, configurando-se como um neodevocional midiático. Na lógica do desdobramento, esse novo religioso encontrado no portal cancaonova.com se desdobra e é experimentado como informação, venda e vínculo. Por fim, compreendemos que o processo de afetação entre as duas lógicas estudadas não se dá sempre da mesma forma. O processo de afetação das lógicas acontece no neodevocional experimentado na internet. Já a coexistência das lógicas, dá-se nas práticas midiatizadas que constroem o portal e nas práticas possíveis a partir dele.

Palavras-chave: estratégias comunicacionais; midiatização da Igreja; afetação de lógicas comunicacionais, práticas midiatizadas na internet; cancaonova.com.

ABSTRACT

Dissertation of Mastery
Post-Graduation Program in Communication
Federal University of Santa Maria

CANÇÃO NOVA'S MEDIATISATION PRACTICES IN THE INTERNET: AFFECTATION OF CATHOLIC AND MEDIATIC COMMUNICATIONAL LOGICS

AUTHOR: ANA CÁSSIA PANDOLFO FLORES

SUPERVISOR: EUGENIA MARIA MARIANO DA ROCHA BARICHELLO, PHD.

In the present dissertation, we discuss about mediatization of Catholic Church. The main objective is to analyze how the affectation of catholic communicational and mediatic logics occurs in the mediatized practices at Canção Nova. Considering that the mediatic phenomenon presents itself as a source of social practices, because it reorganizes the form of actuation on the Church in the mediatized society, we understand that there is an affectation process between the communicational logic of the mediatic camp, here understood as the ambience logic, and the catholic communicational logic, understood as the information transmission logic. The empiric objective of this study is the cancaonova.com portal, belonging to the Canção Nova, a catholic community focused in evangelization through communication medias. The specific objectives consist in mapping the occurrence and operation of catholic practices in the cancaonova.com portal and identify the presence of affectation of the catholic and mediatic communicational logics in the mediatized practices of Canção Nova at the portal. The study is characterized as a qualitative research with exploratory and interpretative character, using the study of case. The research is organized in two steps. The first one, methodological, is regarded to the exploration and analysis of changes in the catholic practices of formation, liturgy and pray at the portal. The second one is related to the identification and study of affectation of the communicational logics present at the portal. The dissertation is build in three chapters. The first explores the comprehension of the mediatic and religious camps and their imbrications regarded to the mediatic acting of Catholic Church. The second reflects about the mediatization of the society and about the communicational logics involved in the new possibilities arising from the technological development. The last chapter treats about the empirical research, pointing up the changes encountered in the catholic practices present at the portal. We also aimed to identify the catholic and mediatic communicational logics, as well as their affectations. The analysis indicates the existence of the outspreading logic, resulting from the affectation between the transmission and ambience logics. The mediatization of the Church changes the religiosity present in the internet if compared to the one historically known, setting a neo-devotional mediatic. In the outspreading logic, that new religiosity encountered at cancaonova.com deploys itself and is experimented as information, sell and bond. Finally, we understand that the affectation process of the logics happens in the neo-devotional experimented at the internet. On the other hand, the coexistence of the logics happens in the mediatized practices that build the portal and in the practices that are possible through it.

Key-words: communicational strategies; mediatization of the Church; communicational logics affectation, mediatized practices at the internet; cancaonova.com.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Processualidades da midiaticização da sociedade: campos sociais e zonas de afetação.....	50
Figura 2 – <i>Layout</i> do canal Fundador em 28 de novembro de 2009.....	69
Figura 3 – Oração no <i>link</i> “Fale com monsenhor Jonas Abib” no canal Fundador em 28 de nov. 2009.	70
Figura 4 – Formação no <i>link</i> “Mensagem do dia” do canal Fundador. Em 30 de nov. de 2009.	70
Figura 5 – Liturgia no <i>link</i> “Informativo” do canal Fundador. 30 de novembro de 2009.....	71
Figura 6 – <i>Layout</i> do canal Quem Somos. Em 30 de novembro de 2009.	72
Figura 7 – <i>Layout</i> do canal Blogs em 1 de dezembro de 2009.....	73
Figura 8 – Formação no Blog “Gratava-PE” em 01 de dezembro de 2009.....	74
Figura 9 – Oração no Blog “Ana Néri” em 01 de dezembro de 2009.	74
Figura 10 – Oração no espaço de comentários no Blog “Eliana Sá” em 01 de dez de 2009.	75
Figura 11 – <i>Layout</i> do canal Entrevistas em 30 de novembro de 2009.	76
Figura 12 – Formação no canal Entrevista. 30 de novembro de 2009.....	77
Figura 13 – <i>Layout</i> do canal Eventos, 1 de dezembro de 2009.	78
Figura 14 – Formação no canal Eventos em 1 de dezembro de 2009.....	79
Figura 15 – Oração no canal Eventos em 01 de dezembro de 2009.	79
Figura 16 – Liturgia no canal Eventos em 1 de dezembro de 2009.....	80
Figura 17 – <i>Layout</i> do canal Formação em 2 de dezembro de 2009.....	80
Figura 18 – Formação no canal Formação em 2 de dezembro de 2009	81
Figura 19 – <i>Layout</i> do canal Gente de Fé em 2 de dezembro de 2009.	82
Figura 20 – Formação no blog “Quem me segurou foi Deus” do canal Gente de Fé em 3 de dezembro de 2009.	82
Figura 21 – Oração no grupo “Santa Rita de Cássia” do canal Gente de Fé em 2 de dezembro de 2009.	83
Figura 22 – <i>Layout</i> do canal Kids e Tweens em 3 de dezembro de 2009.....	84
Figura 23 – Formação no blog “Cantinho da Criança” no canal <i>Kids e Tweens</i> em 3 de dezembro de 2009.	84
Figura 24 – Oração em <i>post</i> do blog “Amigos do Céu” do canal Kids e Tweens em 3 de dez. de 2009.	85
Figura 25 – Oração nos comentários do blog “Tô ligado” do canal <i>Kids e Tweens</i> em 3 de dezembro de 2009.	85
Figura 26 - <i>Layout</i> do canal Liturgia Diária em 3 de dezembro de 2009.....	86
Figura 27 – Liturgia no <i>link</i> “Homilia Diária” do canal Liturgia Diária em 3 de dezembro de 2009.....	87
Figura 28 – Oração no canal Liturgia Diária em 3 de dezembro de 2009.	87
Figura 29 – Oração no <i>link</i> “Santo do Dia” do canal Liturgia Diária em 3 de dezembro de 2009.....	88
Figura 30 – <i>Layout</i> do canal <i>Mobile</i> em 3 de dezembro de 2009.....	89
Figura 31 – Formação no canal <i>Mobile</i> em 3 de dezembro de 2009.	89
Figura 32 – Oração no canal <i>Mobile</i> em 3 de dezembro de 2009.....	90
Figura 33 – Liturgia no canal <i>Mobile</i> em 3 de dezembro de 2009.	90
Figura 34 – <i>Layout</i> canal Música em 3 de dezembro de 2009.	91

Figura 35 – Formação no <i>link</i> “Podmúsica” do canal Música em 3 de dezembro de 2009.	91
Figura 36 – <i>Layout</i> do canal Notícias em 3 de dezembro de 2009.	92
Figura 37 – <i>Layout</i> do canal Rádio AM em 3 de dezembro de 2009.	93
Figura 38 – Oração no <i>link</i> “Informativo” no canal Rádio AM em 3 de dezembro de 2009.	93
Figura 39 – <i>Layout</i> do canal TV Canção Nova em 07 de dezembro de 2009.	94
Figura 40 – <i>Layout</i> do canal WEBTV em 3 de dezembro de 2009.	95
Figura 40 – Oração no programa “Grupo de oração online” do canal WEBTV em 3 de dez de 2009.	95
Figura 42 – Liturgia no programa “Homilia Dominical” da WEBTV em 3 de dezembro de 2009.	96
Figura 43 – Formação no programa “Por trás das Palavras” no canal WEBTV em 3 de dez de 2009.	96

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Relação entre objetivos, etapa metodológica e técnicas utilizadas.	68
Quadro 2 – Primeiro passo da primeira etapa metodológica: relação entre as práticas católicas e suas modificações identificadas no portal.	100
Quadro 3 – Segundo passo da primeira etapa metodológica: relação entre as modificações das práticas católicas identificadas no portal e a sua categorização em práticas católicas midiaticizadas.	104

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 O objeto empírico	12
1.2 A problemática em questão	13
1.3 Os pressupostos do estudo	16
1.4 A hipótese	17
1.5 A justificativa	18
1.6 Os objetivos	20
1.7 Noções que movimentam o estudo	20
1.8 A proposta metodológica	21
1.9 A estrutura do relato	22
2 CAMPOS SOCIAIS, IGREJA E MÍDIA	23
2.1 Campos sociais	24
2.2 Campo dos <i>media</i>	29
2.3 Igreja e Mídia	32
3 MIDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE E LÓGICAS COMUNICACIONAIS NO CIBERESPAÇO	42
3.1 O processo de mediação	42
3.2 Afetações de lógicas e novas formas de atuação	46
3.3 Lógicas e práticas de comunicação no ciberespaço	52
4 AFETAÇÃO DE LÓGICAS COMUNICACIONAIS E PRÁTICAS CATÓLICAS MEDIATIZADAS NO PORTAL CANCAONOVA.COM	60
4.1 O objeto empírico	61
4.1.1 Sistema Canção Nova de Comunicação	63
4.1.2 Portal cancaonova.com	64
4.2 Definição do <i>corpus</i> de pesquisa	65
4.3 Etapas do Estudo de Caso	66
4.4 Primeira etapa metodológica: pesquisa exploratória	68
4.4.1 Canal Fundador	69
4.4.2 Canal Quem somos	72
4.4.3 Canal Blogs	73
4.4.4 Canal Entrevistas	75
4.4.5 Canal Eventos	76
4.4.6 Canal Formação	80
4.4.7 Canal Gente de fé	81
4.4.8 Canal Kids e Tweens	83
4.4.9 Canal Liturgia Diária	86
4.4.10 - Canal <i>Mobile</i>	88
4.4.11 Canal Música	90
4.4.12 Canal Notícias	92
4.4.13 Canal Rádio AM	92
4.4.14 Canal TV Canção Nova	94
4.4.15 Canal WEBTV	94
4.5 Modificações nas práticas católicas presentes no portal cancaonova.com	97

4.5.1 Formação	98
4.5.2 Liturgia.....	98
4.5.3 Oração.....	99
4.6 Considerações sobre a primeira etapa metodológica: categorização das práticas católicas midiaticizadas	100
4.6.1 Sacralidade virtual.....	101
4.6.2 Políticas terapêuticas	102
4.6.3 Protagonismo sociotécnico do fiel	103
4.7 Segunda etapa metodológica.....	105
4.7.1 Identificação das lógicas comunicacionais católica e midiática no portal.....	105
4.7.1.1 Lógica da transmissão da informação	106
4.7.1.2 Lógica da ambiência.....	107
4.8 Considerações sobre a segunda etapa metodológica: a lógica do desdobramento.....	109
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS.....	119
ANEXO	125
Anexo A – Roteiro de entrevista	126

1 INTRODUÇÃO

O espaço central que a mídia ocupa na ordem social, juntamente com as mudanças tecnológicas e culturais da contemporaneidade, são fatores que estruturam o surgimento do fenômeno da midiatização, no qual a organização da sociedade ocorre em um contexto que segue algumas lógicas anteriormente pertencentes apenas à mídia. Nesse sentido, os campos sociais são afetados ao ponto de midiatizarem a sua atuação e de se apropriarem de mecanismos e gramáticas que antes eram específicos dos meios de comunicação.

Nessa configuração, os campos sociais não podem mais ser considerados como autônomos e fechados, mas como possuidores de fronteiras porosas que permitem a afetação entre eles. Nesse contexto, a mídia transpassa os demais campos e afeta as suas lógicas e práticas já legitimadas e aceitas. Tal fato origina o que tem sido chamado de *bios* midiático ou ambiência midiatizada.

Diante do exposto, a presente dissertação se ocupa da temática da midiatização do campo religioso, mais especificamente da Igreja Católica, detendo-se na preocupação com o processo de afetação das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas presentes nas práticas desenvolvidas por meio do portal da Canção Nova na internet.

1.1 O objeto empírico

O objeto empírico deste estudo é o portal cancaonova.com, pertencente à comunidade católica Canção Nova, fundada em 1978 pelo Monsenhor Jonas Abib no interior do estado de São Paulo, que tem como missão evangelizar através dos meios de comunicação. Com esse intuito, a comunidade Canção Nova criou o Sistema Canção Nova de Comunicação, formado por uma rede de rádio (AM e FM), televisão, revista e portal. Na internet, a Canção Nova teve sua primeira inserção no ano de 1995, com a criação do domínio www.cancaonova.org.br. Já o portal

cancaonova.com foi criado no ano 2000 e atualmente segue os conceitos da *web 2.0*.

A atuação da Canção Nova, porém, não se restringe apenas à produção midiática. Na sede da comunidade e nas casas de missão, os membros da Canção Nova também se dedicam a trabalhos de evangelização fora de instâncias da mídia, como a assistência social e a promoção de eventos religiosos. Na sede da Canção Nova em Cachoeira Paulista (SP), são promovidos os “Acampamentos de Oração”, eventos de cunho religioso, que fazem parte da grade de programação da TV Canção Nova e, também pautam os demais veículos do sistema de comunicação.

1.2 A problemática em questão

Cada campo social, como uma esfera específica de competência dentro da sociedade, é organizado por lógicas particulares de funcionamento. Tomaremos aqui a idéia de lógica como a forma de raciocínio que organiza uma atuação, considerando Santaella (2001), que compreende que a lógica diz respeito aos meios para se agir razoavelmente em relação a determinado fim. Ao pensarmos nas lógicas que regem o campo dos mídias¹ e o campo religioso, entendemos que as suas orientações comunicacionais se diferenciam.

A lógica comunicacional midiática traz profundas marcas das novas tecnologias a ponto de ser definida como a “lógica da ambiência”, com base em McLuhan (1964), ao destacar que a grande força geradora de sentido está presente na forma, no meio no qual a mensagem se materializa e não no conteúdo. Na perspectiva de McLuhan, o próprio meio tecnológico se apresenta como mensagem por interferir nas características cognitivas e subjetivas de quem com ele se relaciona. A comunicação midiática é encarada numa perspectiva de ambiência existencial, na qual novas possibilidades de atuação e formas de ser e perceber a realidade vão se apresentando a partir das potencialidades midiáticas.

No entanto, a lógica da comunicação católica, que emerge dos documentos oficiais da Igreja e das análises da atuação religiosa nos meio de comunicação, é a

¹ A denominação “campo dos mídias” é utilizada aqui como equivalente ao conceito de “campo dos *media*” proposta por Rodrigues (1990).

da “transmissão da informação”. Na lógica da transmissão da informação, a questão comunicacional é tomada com foco na produção e na circulação da mensagem na sociedade por meio das instâncias midiáticas. No impulso de realizar a sua missão evangelizadora, a lógica comunicacional católica, ao contrário da lógica midiática, é focada no conteúdo da mensagem, independente do meio técnico utilizado.

Essas lógicas, como formas de organização de cada campo em torno das possíveis processualidades da comunicação, vão se refletir nas suas práticas comunicacionais. Dessa maneira, é através da análise das práticas católicas presentes no portal cancaonova.com que objetivamos identificar o processo de afetação dos dois tipos de lógicas comunicacionais que são movimentados nesse tipo de atuação do campo religioso.

Cada um desses dois tipos de lógica vai ser responsável por organizar práticas comunicacionais diferentes entre si e que, no processo de midiaticização da Igreja, passam a coexistir e também a se afetar, resultando em outros tipos de lógicas e práticas. Essas modificações e reconfigurações possuem relação direta com as especificidades de cada mídia. Assim, ao analisarmos as práticas católicas midiaticizadas presentes nas redes digitais, supomos identificar formas de atuação católica diferentes das encontradas nas mídias tradicionais.

Num movimento de abertura e abarcamento, a mídia passa a atuar como uma matriz social que expõe suas formas de funcionamento e expande as suas lógicas para os demais campos. Os mecanismos e regras próprios do fazer midiático não ficam mais restritos aos meios de comunicação, mas modulam as práticas de outros atores sociais. Dessa forma, a midiaticização da sociedade inclui a modificação de antigas práticas sociais ou a inclusão de novas, reconfigurando a atuação dos campos sociais.

Segundo Martino (2009, p. 9):

[...] os meios de comunicação nos ligam ao tempo que vivemos, são eles que fazem girar as engrenagens do mundo. O fluxo midiático sincroniza as existências individuais, instituindo uma dimensão virtual como matriz social.

Além da temporalidade referida no fragmento de texto acima, a midiaticização é entendida aqui como processo, matriz que orienta práticas sociais. Também atua em relação à territorialidade, deslocando práticas de lugares concretos, permitindo encontros que desafiam os contornos espaço temporais estabelecidos

anteriormente, encontros e práticas sociais que cada vez mais têm como território a própria mídia.

Contudo, entendemos que o processo de midiatização da sociedade não se dá de maneira homogênea. Apesar de ser possível considerar que as lógicas da mídia se expandem de forma a abarcar as outras esferas sociais, tal processo parece acontecer em diferentes níveis. Nesse contexto relacional entre o midiático e os outros campos, há pontos de maior penetração e outros de maior resistência. Tendo em vista que cada campo social conta com sua própria dinâmica de funcionamento, há sempre um caráter de negociação e de possíveis tensões entre lógicas diversas num processo de midiatização.

Ao voltarmos o olhar para a midiatização de um campo social específico como a religião católica, o fenômeno midiático mostra-se como uma prática social, pelo fato de reorganizar a forma de atuação da Igreja na sociedade. Essa reorganização vai sendo dotada de tal importância no contexto social, que a religião organiza-se e assume para si as lógicas midiáticas. Esse é o caso da comunidade Canção Nova, uma comunidade católica que tem como proposta a evangelização através dos meios de comunicação.

Num primeiro momento já é possível inferir que se está diante de um objeto complexo. Ao mesmo tempo em que a Canção Nova é uma comunidade religiosa que nasce com o objetivo de evangelizar e corresponde a um contexto marcado por princípios e normas rígidas e específicas da religião, ela também surge num ambiente de mídia marcado por regras organizadoras de novas formas de atuação e percepção orientadas para as dinâmicas da tecnologia, do fluxo de informação e das novas sociabilidades.

Dessa maneira, a Canção Nova pode ser considerada como uma instituição localizada na zona de afetação entre o campo religioso e o midiático. Nessa perspectiva, a zona de afetação não se constitui em uma simples abertura do campo social perante uma solicitação externa da midiatização. Considera-se neste trabalho como zona de afetação uma porção do ambiente social que já é modificada por este processo. Nesse ponto, fica explícita a complexidade presente na Canção Nova por ser ela uma instituição que na sua essência possui duas orientações de campos sociais distintos: religião e mídia. Estes campos são caracterizados pela existência de rígidas regras e gramáticas próprias.

Tendo em vista que o processo de afetação diz respeito à inserção da mídia no interior das processualidades de um campo social e gera práticas midiáticas, a presente pesquisa busca compreender a afetação da lógica comunicacional católica e da lógica comunicacional midiática nas práticas midiáticas no portal cancaonova.com. Mais diretamente, busca-se responder à seguinte questão: como se dá a afetação das lógicas comunicacionais católica e midiática nas práticas midiáticas da Canção Nova na internet?

1.3 Os pressupostos do estudo

Como pressupostos dessa pesquisa, consideramos os estudos que a antecedem dentro do universo temático da mediação da Igreja. Dentre todos os trabalhos inseridos nessa temática e aos quais nós tivemos contato, destacamos os desenvolvidos pela linha de pesquisa “Mediação e Processos sociais” no Programa de Pós-graduação da Unisinos, especialmente os trabalhos de Borelli (2006, 2007), Fausto Neto (2002), Gasparetto (2006) e Gomes (2007).

Referenciamos os trabalhos desses autores por apresentarem um foco de pesquisa semelhante ao nosso. A abordagem de Borelli contribui para o entendimento dos modos de afetação dos processos midiáticos em rituais e práticas religiosas. Os textos de Fausto Neto nos ajudam a pensar a inserção do processo de mediação na construção de novas religiosidades, preocupando-se com o funcionamento dos dispositivos midiáticos e suas estratégias discursivas.

Já Gasparetto nos dá subsídios para reflexão sobre as práticas televisivas neodevocionais, e sobre como esses processos acontecem na Canção Nova. Por fim, Gomes traz à tona a questão da relação teórica do campo religioso com a comunicação e se dedica a pensar sobre a afetação de práticas sociais determinadas por novos objetos midiáticos.

Tais pressupostos possuem relevada importância para que a proposta de estudo aqui apresentada seja sustentável. O presente estudo pressupõe o processo de mediação da sociedade como modificador de lógicas e, conseqüentemente, de práticas sociais do campo religioso. Entretanto, pensamos as afetações que ocorrem nesse processo de mediação apenas como novas formas de atuação, nos

restringindo ao estudo das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas que se afetam. Sair da esfera televisiva e pensar tal problemática no ambiente virtual também é um desafio a que nos propomos.

1.4 A hipótese

A hipótese aqui levantada é de que a Canção Nova nasce num contexto de afetação e que a sua maneira de atuar socialmente é marcada pelas lógicas midiáticas e católicas que se organizam de duas formas. Ao mesmo tempo em que as lógicas se afetam de maneira mais intensa, em localizações mais fronteiriças, nas quais é possível observar uma maior porosidade entre os campos, há também núcleos mais rígidos, nos quais se encontram as lógicas fundadoras de cada campo e que não são afetadas com tanta facilidade.

Dessa forma, pode-se visualizar o ambiente da midiatização da sociedade em diferentes níveis. Dentro da ambiência midiatizada, considerada como a totalidade social atravessada pela mídia, pode-se observar a existência de zonas de afetação localizadas nas fronteiras entre o campo da mídia e os demais campos. Ou seja, locais nos quais a relação entre os campos acontece de forma mais direta, e oportunizam um imbricamento mais intenso entre as lógicas. A outra maneira de organização é como um núcleo rígido, em que as lógicas dos diferentes campos se fecham em si e se preservam de processos de afetação.

Nesse sentido, podemos considerar que há pontos nos quais as práticas da Canção Nova são regidas mais fortemente por lógicas religiosas, iguais a outras expressões da comunidade católica, como é o caso das questões de doutrina, fé e tradição. Da mesma forma em que também há um núcleo rígido de mídia relacionado à gramática midiática que formata os produtos da Canção Nova de maneira muito próxima aos contornos de programação e produção de qualquer outra empresa de comunicação.

Porém, ao mesmo tempo em que ocorre um processo de afetação entre as lógicas, parece ocorrer também um fechamento, pois, mesmo estando inserida numa zona de afetação e nascendo num ambiente midiatizado, marcado por novas formas de ser e agir, os diferentes tipos de lógicas que constituem a Canção Nova

necessitam ser identificáveis por seus públicos. Supõe-se que é com o objetivo de marcar a sua presença nessa nova ambiência e de afirmar a sua especificidade que as lógicas se fecham em si próprias e dificultam o processo de afetação.

Ao conservarem-se fechadas, as lógicas, tanto católicas quanto midiáticas, asseguram a sua localização dentro dos seus campos sociais de origem e a sua identificação como pertencentes a estes campos. Assim, os núcleos rígidos das lógicas funcionariam como ancoragens mais sólidas de localização da Canção Nova na ordem social, já que, na zona de afetação, ela estaria alocada num ambiente marcado pela fluidez e pelas novas possibilidades sociotécnicas.

1.5 A justificativa

A temática do trabalho justifica-se na busca de contribuir com os estudos de comunicação midiática no que tange ao entendimento da midiatização de um campo social específico através do estudo da afetação das lógicas. O presente estudo também se justifica por construir uma abordagem que relaciona Igreja e mídia além da visão instrumental, mas com foco nas novas possibilidades sociotécnicas e nas modificações das práticas católicas na internet.

Esta pesquisa pretende contribuir com os estudos desenvolvidos na linha “Mídia e estratégias comunicacionais” do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, ao investigar as relações de afetação estabelecidas entre a esfera midiática e demais campos sociais no processo de midiatização da sociedade. Ao se ocupar com a atuação da Canção Nova na internet, o trabalho visa contribuir para o entendimento das lógicas e estratégias envolvidas nas processualidades constituintes da ambiência midiatizada.

Com o objetivo de verificar o estado da arte, realizamos um mapeamento sobre os trabalhos realizados sobre a temática aqui trabalhada nos programas de Pós-graduação do Brasil. Esse panorama foi construído através de pesquisa no

banco de Teses e Dissertações da CAPES² – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. A busca foi realizada pelas combinações entre palavras-chave e se restringiu aos trabalhos publicados no período de 1997 a 2007.

A busca realizada com a combinação das palavras-chave “Igreja” e “mídia” obteve como resultado um total de 69 trabalhos, dos quais 10 faziam referência à mídia televisiva no seu título e dois referenciavam a internet. Nota-se também um crescente interesse por essa temática nos últimos anos, fato visualizado ao levar-se em consideração o número de trabalhos desenvolvidos no período de 1997-2002 (24 trabalhos) e 2003-2007 (45 trabalhos). Utilizando a combinação entre as palavras-chave “Igreja” e “televisão” obteve-se 38 trabalhos encontrados como resultado. Desse total, 25 trabalhos diziam respeito a pesquisas da área de comunicação e o restante dividia-se entre estudos de Ciências Sociais (4), Ciências da Religião (4), Letras (2), Educação (1), Lingüística (1) e História (1). Já a busca realizada com combinação das palavras-chave “Igreja” e “Internet” resultou em um total de 10 trabalhos, sendo que só quatro eram estudos da área da comunicação e o restante dividia-se entre as áreas de Ciências Sociais, Teologia, Educação e Psicologia.

Após esse breve levantamento, podemos perceber que o estudo das relações do campo religioso com a mídia tem despertado o interesse da comunidade científica, evidenciando que o imbricamento entre esses dois campos se consolida cada vez mais na contemporaneidade. Entretanto, o fato mais relevante evidenciado nessa verificação do estado da arte diz respeito à pequena quantidade de estudos sobre a relação entre a Igreja e a internet. Os estudos a respeito da midiatização da Igreja estão quase que totalmente circunscritos à abordagem televisiva, havendo raros trabalhos sobre a atuação católica na internet. Tais evidências justificam a pertinência e relevância da presente pesquisa.

² O Banco de Teses e Dissertações da CAPES está disponível na internet, pelo endereço: <<http://servicos.capes.gov.br/capesdw/Teses.do>>. Nesta pesquisa, a busca foi efetuada no período entre 11 de setembro de 2008 e 19 de maio de 2009.

1.6 Os objetivos

O objetivo geral deste estudo é analisar como se dá a afetação das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas nas práticas midiaticizadas da Canção Nova no portal cancaonova.com. Os objetivos específicos consistem em mapear a ocorrência e o funcionamento das práticas católicas no portal cancaonova.com e identificar a presença de afetação das lógicas comunicacionais católica e midiática nas práticas midiaticizadas da Canção Nova na internet.

1.7 Noções que movimentam o estudo

Ao longo desse estudo, algumas noções se apresentam como articuladoras do pensamento desenvolvido como resposta à problemática em questão. Como exposto a seguir, a ordem social é entendida com base na idéia de campos sociais de Rodrigues (1990). Cada “campo social” diz respeito a uma esfera de legitimidade dentro de um domínio específico de competência da experiência humana e se organiza por meio de lógicas, valores e regras.

Nesse sentido, entendemos o campo social midiático – “campo dos *media* ou campo dos mídias” – que ocupou, especialmente no final do século XX e início do século XXI, um lugar central na ordem social e hoje expande suas lógicas para os demais campos sociais. A “mídia” é entendida assim como matriz social que orienta práticas sociais e que torna possível a visão e a vivência do social, que é alargado pelo fluxo midiático.

A “ambiência midiaticizada” é compreendida como resultado da “midiaticização”, que aqui é tomada como processo no qual as lógicas da mídia atravessam a totalidade da ordem social de maneira transversal e relacional, possibilitando novas formas de ser e perceber a realidade que se apresentam como um novo ambiente existencial, com código próprio e sugestão de conduta. Tais proposições são baseadas nas propostas de Sodré (2002) e Fausto Neto (2006).

A proposta de compreensão do processo de midiaticização deste trabalho também demanda o entendimento sobre as idéias de “lógica e afetação”. Consideramos que cada campo social possui lógicas que organizam a sua atuação

na sociedade. Tomamos a idéia de “lógica de um campo social” como a forma de raciocínio que organiza a sua atuação, com base em Santaella (2001), que considera que a lógica diz respeito aos meios para se agir razoavelmente em relação a determinado fim.

A “mídiação da sociedade” é aqui entendida como o processo de expansão das lógicas de mídia para os demais campos sociais. Consideramos a ocorrência de um processo de afetação entre lógicas do campo religioso e as lógicas midiáticas. Com base em Fausto Neto (2006), entendemos como “afetação” a inserção das lógicas da mídia na dinâmica e no funcionamento das instituições sociais.

Por fim, a idéia de “práticas midiáticas” relaciona-se com a atuação dos campos sociais na ambiência midiática. Assim, práticas midiáticas são aquelas que possuem traços de lógicas de campos sociais diferentes, o midiático e o seu campo de origem, independente de haver ou não processo de afetação.

1.8 A proposta metodológica

O estudo configura-se como uma pesquisa qualitativa com caráter exploratório e interpretativo, que utiliza o estudo de caso e que tem como objeto empírico o portal cancaonova.com. Essas escolhas se justificam pela investigação não objetivar medir os eventos estudados, mas sim analisar profundamente uma unidade social.

A investigação tem como foco as práticas católicas presentes no portal para que, com base nessas práticas, que já se apresentam modificadas por se fazerem na internet, seja possível identificar o processo de afetação das lógicas. Entendemos como lógica comunicacional católica a transmissão da informação e como lógica comunicacional midiática a ambiência.

A proposta metodológica é organizado em duas etapas. A primeira etapa é exploratória e visa mapear a ocorrência e o funcionamento das práticas católicas no portal. As três práticas consideradas são: formação, liturgia e oração. Após a exploração, partimos para a identificação das modificações que as potencialidades

das redes digitais alavancam nas práticas católicas a fim de definir uma categorização das práticas católicas midiáticas no portal.

Na segunda etapa, são realizadas entrevistas com os responsáveis pelo portal. Com base nas respostas coletadas nas entrevistas e na categorização das práticas católicas midiáticas, procuramos entender como ocorre o processo de afetação das lógicas comunicacionais católica e midiática.

1.9 A estrutura do relato

O relato dessa dissertação está dividido em três capítulos. O primeiro, “Campos Sociais, Igreja e Mídia”, trata da constituição dos campos sociais e da autonomização do campo das mídias. O capítulo objetiva um entendimento mais abrangente das lógicas dos campos midiático e religioso e seus imbricamentos no que tange à atuação midiática da Igreja Católica.

O segundo capítulo, “Midiatização da sociedade e lógicas comunicacionais no ciberespaço”, reflete sobre a midiatização da sociedade e as lógicas comunicacionais envolvidas nas novas possibilidades de atuação advindas do desenvolvimento tecnológico. A abordagem visa construir um panorama sobre o processo de midiatização, dando especial ênfase para as modificações trazidas pelo ciberespaço.

Por fim, o capítulo intitulado “Afetação de lógicas comunicacionais e práticas católicas midiáticas no portal cancaonova.com” se ocupará da pesquisa empírica propriamente dita. Os dados trazidos para o trabalho têm como objetivo embasar a discussão, com vistas a responder à problemática proposta e aos objetivos anteriormente traçados.

2 CAMPOS SOCIAIS, IGREJA E MÍDIA

Este capítulo objetiva refletir sobre as noções de campo social e campo dos *media* diante da problemática proposta e está subdividido em três subcapítulos: Campos sociais, Campo dos *media*, com base em Rodrigues (1990) e Martino (2001, 2006, 2009); e Igreja e Mídia, nas quais recorreremos às análises e considerações já elaboradas por Borelli (2007), Fausto Neto (2002), Gomes (2007) e Gasparetto (2006) sobre este tema.

O processo de midiatização da sociedade se dá na remodelagem da ordem social e nas esferas de atuação dos sujeitos, seus modos de agir, seus valores e suas percepções. Ao considerarmos o alastramento das lógicas midiáticas para os mais diversos campos sociais, não falamos de um fenômeno restrito a alguns ambientes ou setores da sociedade, mas de uma nova forma de organização social.

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação a humanidade entra no âmbito inteiramente novo, ao mesmo tempo espantoso e nem por isso menos esperado ou previsível: a intervenção da técnica no domínio da comunicação. Seria difícil superestimar todo o potencial dessa convergência das duas mais fundamentais faculdades do espírito humano. Até bem pouco tempo atrás, técnica e comunicação eram domínios, senão paralelos, pelo menos distantes, mantidos afastados como pressupostos ou fundamentos recíprocos. Com o aparecimento dos meios modernos, a própria comunicação passa a ser um fenômeno técnico; e a produção simbólica não somente entra em sua Era Industrial, mas a mediação social mesma é atravessada e composta organicamente em sua dinâmica e estrutura como uma dimensão tecnológica (MARTINO, 2006, p. 1).

No fragmento de texto acima, Martino fala de um atravessamento da comunicação pela técnica e de uma convergência entre a comunicação e a técnica, um acontecimento comparável em importância social ao aparecimento da escrita no paleolítico. Poderíamos pensar essa convergência como o resultado de uma mutação, uma situação inteiramente nova, ou tratar a midiatização da sociedade como um processo, que vem sendo tecido há longo tempo, desde que o ser humano começou a representar o real, quando houve pela primeira vez a potencialidade e a possibilidade de comunicação à distância ou telecomunicação.

Optamos aqui pela segunda alternativa, ou seja, por refletir sobre o processo de midiatização no que diz respeito à afetação que as lógicas da mídia desencadeiam ao atravessar os campos sociais, contexto que dá base para novas

formas de atuação de instituições e sujeitos. E é por entender a mediação como um processo que apresentamos aqui a idéia de ambiência mediada em coexistência com a idéia de campos sociais, apesar de alguns autores entenderem que a noção de ambiência mediada não comporta mais a noção de campo social.

Quando pensamos em questões como: zonas de afetação, porosidade das fronteiras e lógicas de um campo social, que atravessam outros campos, estamos procurando entender um contexto social marcado pela mediação. Contudo, acreditamos que, para que as mudanças trazidas pela mediação sejam compreendidas de forma mais clara e consistente, é necessário o entendimento do conceito de campo social e as suas formas de funcionamento. Apesar de Rodrigues (1990) tratar da autonomização dos campos sociais e encarar as mídias de forma um tanto instrumentalizada, suas propostas parecem ainda se mostrar relevantes para a compreensão do processo de mediação e suas imbricações com o processo de mediação da Igreja.

2.1 Campos sociais

A partir do pressuposto de que o processo de mediação alastra-se pelo tecido social, julgamos oportuno utilizar a noção “campo dos *media*” descrita por Rodrigues (1990). Estamos cientes de que a noção de “campo” em um entendimento sociológico tem limitações, como aponta Martino ao argumentar o fato de a noção de campo encontrar na comunicação pelo menos duas acepções, “a mais corrente e hoje também a menos apropriada toma emprestada a noção de campo de Bourdieu que a emprega para recortar e analisar as relações intrínsecas aos agentes sociais em torno de certa atividade social” (2006, p. 36). Essa noção de campo de viés sociológico procura explicar os laços sociais, ao passo que, por um viés epistemológico, a noção de campo “se refere às correntes teóricas, os elementos em jogo, aquilo que compõe o campo [...] como objeto de um domínio do conhecimento” (MARTINO, 2006, p. 36).

Apesar desta advertência, utilizaremos a noção de campo social como ponto de partida para entender a autonomização de um conhecimento específico que passa a se organizar dentro de um repertório particular, detido por alguns peritos,

pois nos interessa aqui tratar das afetações destes campos pelo fenômeno da mediatização. Segundo Rodrigues (1990, p. 144) os campos sociais são: “esferas de legitimidade que impõem com autoridade indiscutível atos de linguagem, discursos e práticas conformes, dentro de um domínio específico de competência.”

Um campo social é resultado da autonomização de um conhecimento específico que passa a se organizar dentro de um repertório particular, detido por alguns peritos específicos. A experiência humana, entendida aqui como autônoma em suas diferentes esferas, não pode ser mais encarada como um bloco sólido e indivisível de acontecimentos intimamente interligados de forma causal. Dentro de determinado nível da experiência, agora separado e individualizado em relação ao todo, um corpo de conhecimentos organiza-se de forma a coordenar o seu funcionamento como um campo social.

A gênese dos campos sociais está diretamente ligada à constituição do sujeito e ao desvencilhamento da sua atuação de determinismos tradicionalistas e transcendentais e da falta da submissão aos fenômenos naturais. Dessa forma, determinados domínios da experiência ganham condições de impor regras sobre o seu próprio funcionamento, chegando a uma autonomia que os institui como campo social.

Segundo Rodrigues (1990, p. 144) os campos sociais são “esferas de legitimidade que impõem com autoridade indiscutível atos de linguagem, discursos e práticas conformes, dentro de um domínio específico de competência.” Dessa maneira, um campo social é uma instituição que regula e gerencia de forma legítima uma esfera de experiência na ordem social. Tal fato faz um campo social não ser limitado às organizações que o integram, mas diz respeito a algo mais amplo, referente ao estabelecimento e o gerenciamento dos valores e das regras que regem o nível da experiência correspondente a esse campo.

A abordagem sociológica de valor, feita por Rodrigues, explica que, na formação de um campo social, o domínio da experiência em questão apresenta-se como uma axiologia, um conjunto de valores imposto à coletividade com caráter vinculativo, que passa por processos de criação, gestão, inculcação e sanção. Nesse sentido, cada campo também conta com um conjunto de regras compatíveis com a manutenção dos seus valores. Assim, o autor considera a existência de dois tipos distintos; as regras constitutivas ou definitórias e as normativas. A realização de um ato é definida pelas regras constitutivas ou definitórias, já as regras

normativas têm ação impositiva sobre a maneira de realizar o ato e é pré-existente a essas regras. Além de regular a realização dos atos, um campo social também classifica quais ações fazem parte do seu domínio e quais ficam de fora.

Entretanto, entendemos que a autonomização dos domínios de experiência como esferas de legitimidade contam ainda com mais um elemento modulador de sua constituição e de seus modos de funcionamento: a lógica. Pensamos a lógica de um campo social como a forma de raciocínio que organiza a sua atuação, sem relação com o conteúdo factual movimentado. Santaella (2001) considera que a lógica diz respeito aos meios para se agir razoavelmente em relação a determinado fim. Segundo a autora:

A ação humana é ação raciocinada que, por sua vez, é deliberada e controlada. Mas toda ação deliberada e controlada é guiada por fins, objetivos os quais, por seu lado, devem ser escolhidos. Essa escolha também, se for fruto da razão, deve ser deliberada e controlada, o que, ao fim e ao cabo, requer o reconhecimento de algo que é admirável em si mesmo para ser almejado. A lógica como estudo do raciocínio correto é a ciência dos meios para se agir razoavelmente (SANTAELLA, 2001, p. 37).

Assim, pensando a lógica da comunicação midiática, consideramos esta como a lógica da ambiência. Nessa perspectiva, a atuação do homem fica imersa nas possibilidades advindas das novas tecnologias e a questão comunicacional emerge como organizadora de um novo ambiente existencial, onde não só as alternativas de práticas sociais são ampliadas como também as formas de perceber a realidade se modificam. Na perspectiva de McLuhan (1964), o próprio meio tecnológico se apresenta como mensagem por interferir nas características cognitivas e subjetivas de quem se relaciona com ele.

Num contexto midiático, entender a lógica comunicacional da ambiência como o meio razoável para se alcançar o fim do campo midiático é entender a comunicação como fluxo e não como processo linear. É também entender a mídia como uma forma de dar sentido ao mundo conferindo aos processos midiáticos um papel seminal na sociedade, conforme as considerações de Gomes (2004).

Já a lógica comunicacional católica é entendida como a da transmissão da informação, aferida a partir dos documentos da Igreja em relação à comunicação e dos estudos sobre as práticas comunicacionais católicas anteriormente desenvolvidos por pesquisadores da área de comunicação. Tal lógica parece ter foco restrito na produção e circulação social da mensagem. Diferente da lógica

comunicacional midiática, a Igreja se foca no cumprimento de sua missão evangelizadora, entendendo os meios como instrumentalidades.

Tal abordagem não significa, entretanto, que entendamos todas as experiências e os posicionamentos católicos na mídia como instrumentais. Certamente, percebemos que muitos pronunciamentos da Igreja em relação à mídia já ultrapassam a visão instrumental e muitas iniciativas católicas inserem-se na cultura midiática. Quando consideramos a lógica comunicacional católica como a da transmissão da informação, entendemos que a motivação inicial da comunicação católica é a divulgação da sua fé e doutrina, organizada por uma forma de raciocínio que privilegia a transmissão de conteúdos. Dessa maneira, a lógica da transmissão da informação corresponde ao entendimento da comunicação de forma linear – com lugares bem definidos de emissor e receptor – e a uma visão funcionalista da mídia.

Ao retornar o nosso olhar para a autonomização dos campos sociais como domínios de legitimidade, podemos dizer que eles exercem dois tipos de funções. As funções expressivas e discursivas são aquelas que enunciam os valores e as regras que regem o campo social. E as funções pragmáticas ou técnicas são aquelas que intervêm de forma pedagógica e terapêutica na ordem social para criar, inculcar, manter, sancionar e restabelecer a ordem de valores de determinado campo social. Cada campo social possui legitimidade exclusiva para desempenhar esses dois tipos de funções. Rodrigues (1990) classifica em dois tipos a legitimidade dos campos sociais. Uma legitimidade própria, que diz respeito ao próprio domínio de experiência do campo, e uma legitimidade vicária, que é delegada por outros campos e que se aplica aos outros domínios de experiência.

Nesse contexto, também se evidencia a existência de diferentes regimes de funcionamento nos campos sociais, são eles: acelerado e lento. Ao mobilizar um conjunto de experiências em torno de suas regras, um campo social tem seu funcionamento acelerado, chegando até a sobrepor o seu modo de funcionamento ao domínio de experiência dos outros campos sociais. Essa aceleração de funcionamento ocorre normalmente em momentos e lugares específicos e simbolicamente apropriados.

Na maior parte do tempo, os campos sociais funcionam lentamente mantendo a vigilância sobre a aplicação e a reprodução de sua ordem expressiva e pragmática. Esse regime lento proporciona certo equilíbrio entre o funcionamento dos campos. Contudo, a manutenção do regime de aceleração de funcionamento

em algum ambiente propício garante que os campos sociais preservem a sua força coerciva e impede a sua diluição. Na dinâmica de funcionamento dos campos, a variação de regimes de funcionamento parece relevante para a organização da ordem social e para possíveis modificações, como o processo de mediação da sociedade.

Apropriamos-nos aqui das explicações de Rodrigues (1990) sobre os regimes de funcionamento dos campos sociais para pensarmos a questão das zonas de afetação e dos núcleos rígidos. Na ocorrência de uma zona de afetação, emerge o imbricamento de um campo social com outro e, conseqüentemente, a afetação das suas lógicas. Entretanto, para que os campos não se diluam completamente no *bios* mediado, eles precisam manter espaços e momentos em que seus regimes de funcionamento sejam acelerados, ou seja, núcleos rígidos, nos quais os valores e regras dos campos possam intervir, criar e coordenar aquele determinado domínio da experiência.

Outra característica importante dos campos sociais é a sua simbólica própria, conjunto de símbolos e rituais que garantem a sua visibilidade pública. Rodrigues considera a existência de dois tipos de simbólica de um campo social: a simbólica formal e informal.

A simbólica formal constituída por fardas, insígnias e rituais, que se manifestam de forma rigorosamente regrada e que são de uso exclusivo de alguns membros competentes e que constituem o corpo social daquele campo. Por isso, a simbólica formal garante a visibilidade externa do campo social ao mesmo tempo que restringe o seu domínio a alguns membros .

Já a simbólica informal diz respeito ao sistemático apagamento dessas marcas distintivas entre membros de um campo, o que garante a permeabilidade entre os campos sociais. Numa perspectiva de mediação da sociedade, essa informalidade da simbólica se insere num contexto de afetação dos campos e de hibridização de lógicas e de formas de atuação. Nesse sentido, a centralidade da mídia na ordem social e a sua autonomização adquirem destacada importância para a constituição da ambiência mediada, como veremos a seguir.

2.2 Campo dos *media*

Após abordarmos as características e a organização dos campos sociais como um todo, nos deteremos agora na dinâmica social do campo dos *media* tendo como base, ainda, as proposições de Rodrigues (1990). Frisamos que, esse autor trabalha com a idéia de autonomização do campo midiático como mediador da experiência dos outros campos sociais, abordagem que não consegue dar conta do fenômeno da midiatização aqui adotado, porém suas proposições são relevantes para o entendimento da afetação das lógicas e do processo de midiatização da sociedade.

Rodrigues propõe que a gênese do campo dos mídias se dá pela sua progressiva autonomização que é impulsionada relação tensa entre os diferentes campos sociais na qual a mídia assume papel de mediação. Dessa forma, a autonomização do campo dos mídias segue imperativos lógicos e estratégicos que mobilizam a sociedade em torno de valores comuns. Os valores criados, promovidos e impostos pelo campo dos mídias mostram-se como adequados às pretensões mobilizadoras dos demais campos sociais. Além disso, a própria experiência do mundo moderno se dá pela mídia por meio de dispositivos que possibilitam que a percepção não se limite ao mundo vivido nas comunidades tradicionais.

Mesmo que a abordagem de Rodrigues diferencie-se da proposta deste estudo por considerar o campo dos *media* como mediador, podemos considerar que as explanações recém abordadas servem para o entendimento da midiatização da sociedade. Ao tomar a centralidade da ordem social e se apresentar como mobilizador de sentidos comuns e como forma de experiência do mundo, a mídia se apresenta com características de uma nova ambiência existencial, com novas possibilidades de ser e fazer, que extrapola a visão instrumental.

Em relação às suas funções, o campo dos *media* exerce de maneira mais acentuada a sua função discursiva, ao ponto de ser o próprio exercício do discurso a sua pragmática.

É o próprio discurso que se converte em modalidade pragmática, num fazer específico gerador de reflexos de sentido destinados a assegurar a constituição de acontecimentos midiáticos, de figuras de experiência a partir do fundo arqueológico que o campo dos *media* transporta constantemente para outros campos (RODRIGUES, 1990, p. 158).

Nesse sentido, a simbólica do campo dos mídias é dessacralizada e desritualizada, não se restringindo a alguns momentos ou lugares específicos, em horizontes separados, mas sim processando a ordem midiática no cerne da vida cotidiana. Em decorrência dessa organização, o regime de funcionamento do campo dos *media* é uniformemente acelerado por inserir-se em toda a ordem social e, dessa forma, dá margem para a ocorrência da afetação entre os diferentes campos sociais.

Entretanto, há algumas alterações no interior do ritmo acelerado do campo dos mídias. A primeira é a forma de organização desse ritmo, que acontece com características fortes de uma periodicidade regulada por uma cadência cronometrada. Outras alterações se relacionam com o aceleração do funcionamento do campo, em momentos nos quais os seus valores são colocados em xeque e quando suas regras de funcionamento são violadas. Nessas horas, o campo midiático acelera-se para impor a inquestionabilidade dos seus valores.

O pensamento de Rodrigues diverge em alguns aspectos da abordagem que assumimos aqui, porém, como ele, consideramos a experiência discursiva como sendo o domínio de experiência específica do campo dos mídias. Rodrigues apresenta dois traços distintivos do discurso midiático que são relevantes para o entendimento sobre as lógicas que regem esse campo. O primeiro grupo de traços se relaciona com regras de enunciação que tornam o discurso midiático possível de ser compreendido independentemente da situação interlocutiva particular. Tal traço se organiza pelo processo de objetivação do discurso que, pela supressão das marcas de subjetividade, torna-se elemento estratégico.

O outro grupo de traços característicos do discurso midiático está ligado à figurativização dos enunciados pela transposição conceitual e pela metaforização dos termos dos demais campos sociais para o discurso das mídias. Além desses dois traços discursivos, o funcionamento do campo dos mídias também se vale das estratégias de sedução e simulação, com vistas a assegurar o grau de cooperação específica do seu domínio de experiência.

A pragmática discursiva do campo dos mídias clareia a compreensão do discurso como construtor e como operador de inteligibilidades das realidades midiáticas. Contudo, tal perspectiva alinha-se também para o entendimento da mídia como mediadora da sociedade. Essa visão de mediação e instrumentalidade é

superada se levarmos em consideração as próprias afirmações de Rodrigues de que o discurso midiático, juntamente com os dispositivos tecnológicos, são os elementos pelos quais se dá a experiência de mundo.

O desenvolvimento tecnológico da mídia, a expansão das redes digitais e do processo de midiatização da sociedade vão dando base para um novo olhar sobre os fenômenos de mídia que se organizam e passam a ser tomados como uma nova ambiência. Fausto Neto (2006) afirma que a intensificação de tecnologias focadas em processos de conexões e fluxos impulsiona a transformação dos meios, que passam de mediadores para um complexo ambiente com suas operações e diferentes processos de interações e práticas.

As considerações de Martino também corroboram para a mesma perspectiva:

Num cenário desterritorializado a comunicação ganha um sentido inédito, pois além de ser fundamento da ordem simbólica, ou fundamento do ser humano (sentido que evidentemente não se perde), ela se torna uma necessidade do indivíduo, tanto de representar como de perscrutar o espaço social tornado incomensurável à escala do "aparato sensorial". De onde se segue o desenvolvimento da mediação tecnológica e o incremento comunicacional nas práticas da sociedade complexa (o boom ou explosão da comunicação) também desejada como sociedade da informação ou sociedade da comunicação. (MARTINO, 2001, p. 194)

Nesse sentido, podemos entender que o social é alargado pelo fluxo midiático e que só por meio da mídia, com seu alcance e sua rapidez, a visão e a vivência desse social é possível. O fenômeno midiático emerge, assim, como matriz que orienta práticas sociais.

Ao pensarmos as práticas midiáticas, consideramos neste estudo as possibilidades que emergem da ambiência midiatizada. Assim sendo, entendemos o fluxo informacional não-linear como exemplo da prática discursiva midiática a partir das potencialidades das redes digitais. No contexto de redes digitais, consideramos a interatividade como prática midiática primordial de percepção de mundo.

2.3 Igreja e Mídia

Pensar a relação entre Igreja e mídia pressupõe diversas abordagens, dentre as quais destacamos duas perspectivas. Podemos entender tal questão sob o ponto de vista da utilização que a instituição Igreja faz dos meios de comunicação ou tomar o assunto sob a perspectiva dos campos sociais envolvidos. Nessa proposta de compreender como esses campos sociais se relacionam e se modificam no contexto midiático, iniciamos nossas reflexões com um breve panorama sobre o posicionamento impresso nos documentos da Igreja sobre a comunicação no último século.

Com base nas análises de Soares (1988) sobre esses documentos, fixamos nosso olhar para as declarações da Igreja frente aos avanços tecnológicos na área da comunicação. Nesse sentido parece que, a cada nova mídia que ganha relevância na sociedade, a Igreja se posiciona de forma semelhante: ressalta os benefícios trazidos pelas possibilidades técnicas e adverte para os perigos morais do seu uso indevido. Encontramos essa mesma lógica de pronunciamento em análises sobre o *Miranda Prorsus*, primeiro documento eclesial sobre comunicação publicado no século XX, em 1957, e no documento “Igreja e Internet”, publicado em 2002. Falando sobre a televisão, o rádio e o cinema (como no *Miranda Prorsus*) ou sobre a internet, os documentos parecem entender a mídia como um elemento neutro que, quando bem usada, beneficia a sociedade com suas qualidades técnicas e, quando mal usada, pode trazer malefícios morais e sociais.

Dentre os documentos do Concílio Vaticano II, o *Inter Mirifica* (1963) trata da temática comunicacional, conferindo à mídia um espaço fundamental nos serviços de evangelização. Apesar dos avanços trazidos, como o reconhecimento da relevância social e do direito de acesso a informação, o documento não aprofunda a discussão sobre a indústria e as questões de poder envolvidas na produção e circulação de bens simbólicos, ressaltando mais uma vez a primazia das questões morais no exercício da comunicação.

Sete anos mais tarde outro documento sobre a comunicação é publicado pela Igreja. O *Communio et Progressio* (1971) traz avanços no que diz respeito as discussões moralistas sobre os usos e implicações dos meios de comunicação, mas

mantém-se numa visão instrumentalista da comunicação e continua com uma postura desenvolvimentista do Vaticano.

Na *Inter Mirifica*, o Concílio tratou dos meios pelas funções morais e religiosas de recriar e aprimorar os espíritos e propagar e afirmar o Reino de Deus; na *Communio et Progressio*, os meios, como que secularizados, projetam-se, em primeiro lugar, aos serviços das aspirações humanas como instrumental de criar a harmonia e a unidade entre os povos (SOARES, 1988, p. 109).

Nesse percurso de evolução da postura da Igreja em relação à comunicação, a encíclica *Redemptoris Missio* (1990) anuncia um importante avanço. Neste documento, o papa João Paulo II parece alargar a compreensão da mídia para a idéia de uma nova ambiência, dando indícios de uma superação da visão instrumental. Tal questão pode ser observada no texto da encíclica: “Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta nova cultura, criada pelas modernas comunicações”. Contudo, sabemos que os avanços nos discursos não se refletem diretamente em avanços práticos na relação entre Igreja e mídia. Abordagens diferentes, tanto no nível dos pronunciamentos oficiais da Igreja, quanto no nível de suas práticas comunicacionais, coexistem durante o processo de afetação entre os campos sociais.

De maneira mais direta, alguns setores da Igreja Católica alinham a sua atuação a essa nova perspectiva de fazer religião com o uso da mídia, como é o caso do movimento da Renovação Carismática Católica (RCC). Com características que possibilitam a classificação do movimento como responsável pela neopentecostalização católica, ele é a base de propostas diferenciadas de atuação religiosa como iniciativas de evangelização através da mídia, propostas de produtos de consumo religioso e marketing católico, além de projetos musicais voltados para a juventude.

A idéia de neopentecostalização insere os participantes do movimento (intitulados “carismáticos”) dentro de um contexto pentecostal mais amplo, iniciado nos Estados Unidos e que se caracteriza por experiências mais acentuadas do Espírito Santo. Dessa forma, é notável uma proximidade performática da RCC com a atuação evangélica tanto pelo uso dos meios de comunicação, como pela

valorização dos dons e carismas do Espírito Santo e pela ênfase no emocional movimento carismático católico não deve ser teologicamente aproximado do

Com marco inicial nos Estados Unidos, a RCC chega ao Brasil no início dos anos 70 pela iniciativa de padres jesuítas no interior de São Paulo. Depois de um primeiro momento de disseminação, o movimento carismático brasileiro já arrebanhava grande parcela de fiéis. Segundo Carranza (2009), com uma prática baseada na fórmula música, lazer e oração e com a proposta de “atrair os afastados” a RCC suscita a adesão de milhares de pessoas e a polarização das opiniões do clero que, em sua maioria, demonstrava resistência ao modelo carismático pela sua semelhança com o pentecostalismo.

Carranza (2009) propõe três fases para o carismaticismo no Brasil: a disseminação, a rotinização do carisma e a neopentecostalização católica. Depois de uma rápida expansão inicial, já no final da década de 70 a pesquisadora considera que o movimento inicia uma fase de rotinização do seu carisma e de organização hierárquica. Com a proliferação de sua unidade básica de organização, os grupos de oração, a RCC começa a dar vazão organizativa para a sua atuação através de uma estrutura com secretarias e conselhos em níveis nacionais, estaduais e diocesanos. Entretanto, somente no ano de 1994 é que a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, CNBB, pronuncia o seu aceite em relação ao movimento, o que não significa o desaparecimento de todo tipo de resistência.

A partir dos anos 90, nota-se uma fase de evidência do movimento com a proliferação de iniciativas evangelizadoras de grande proporção e com o surgimento de “personalidades” no meio carismático que movimentam grande número de fiéis, como padres e leigos cantores e fundadores de comunidades. A neopentecostalização católica, terceira fase da RCC, traz como elementos característicos dois importantes desdobramentos: a proliferação de comunidades de atuação carismática, chamadas de Novas Comunidades ou Comunidades de Vida e Aliança, e a incorporação do espaço midiático como espaço de missão. “Ultrapassando as fronteiras eclesiais, a RCC dará o avanço qualitativo de inserção na esfera pública, privilegiando a mídia como seu principal alvo” (CARRANZA, 2009, p. 38).

Essa postura do movimento garante à Igreja Católica a sua inserção mais significativa na esfera midiática, já que historicamente as iniciativas católicas na mídia não alcançavam a mesma expressão dos empreendimentos pentecostais.

Apoiadas nos apelos do papa João Paulo II, o surgimento das emissoras de televisão Rede Vida, TV Século XXI e TV Canção Nova consolida a atuação midiática do catolicismo no Brasil. No decorrer do texto, nossa atenção ficará restrita à Canção Nova, objeto empírico deste estudo, por ser uma Comunidade de Vida e Aliança e por ter como foco de atuação a evangelização pela mídia, reunindo em si os dois elementos característicos da atual fase da RCC.

Ao analisar a presença católica na mídia, Carranza (2009) faz algumas afirmações que nos auxiliam na compreensão das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas e no seu processo de afetação. Segundo a autora, há uma paroquialização da televisão por parte das emissoras católicas que utilizam a programação, o conteúdo, a linguagem e a tecnologia de maneira muito menos estratégica e profissional que iniciativas pentecostais como a Igreja Universal do Reino de Deus, por exemplo. Contudo, a pesquisadora também encontra semelhanças entre o discurso televisivo católico e evangélico. Tais aproximações são percebidas nas mensagens de caráter moralista e que se constroem sobre uma polarização do bem e do mal em constante tensão na vida cotidiana.

Sob essa perspectiva, a apropriação católica da mídia é paradoxal: quando o discurso católico tenta se afastar do pentecostal pelo conteúdo e pelo simbolismo (terço, eucaristia, santos, papa), se aproxima dele pela estratégia e pela narrativa. É possível perceber nessa postura uma visão instrumental da mídia por parte da Igreja Católica, que coloca a sua ênfase no conteúdo veiculado nos meios de comunicação e que pretende permanecer isenta da cultura midiática. “Alimenta-se a ilusão de poder estar na mídia sem ser da mídia” (CARRANZA, 2009, p. 43)

Compreendemos que a argumentação de Carranza nos proporciona embasamento, juntamente com a análise dos documentos oficiais da Igreja sobre comunicação, para inferirmos que a lógica comunicacional que impulsiona a Igreja a se apropriar da mídia e que modula a sua prática é a lógica da transmissão da informação. Nessa lógica, não se atenta para as modificações que a prática midiática traz ao religioso, porque se acredita ser possível uma atuação isenta da cultura midiática. A mídia é encarada apenas como tecnologia de difusão que permite maior alcance a mensagem.

Entendendo que o que ocorre não é apenas uma apropriação isenta da mídia, mas uma midiatização do religioso, a autora considera a forma de fazer religião inaugurada pela RCC uma nova fase na Igreja, chamada de catolicismo midiático.

Esta é tomada como a “versão religiosa da sociedade de consumo” (CARRANZA, 2009, p. 43), na qual a Igreja se permite assumir elementos da cultura midiática em prol da evangelização.

O pressuposto da presente pesquisa é que a Igreja presente na mídia hoje não é mesma Igreja que historicamente conhecemos, mas o resultado de processos de afetações e negociações que modificam o que já existia e que fazem emergir uma Igreja midiaticizada. As fronteiras porosas entre os campos sociais vão permitindo tais imbricações de maneira que aspectos mercadológicos e tecnológicos, estruturadores do campo dos mídia, passem a modular práticas também do campo religioso.

Esse contexto de porosidade de fronteiras e afetação entre os campos traz à tona uma nova ambiência, na qual se estrutura esse novo jeito de fazer religião, que chamamos de catolicismo midiático. Encaixam-se aí não apenas as incursões do religioso nos meios de comunicação, mas também diversas práticas do estilo de vida moderno que a Igreja toma para si e as reveste de um significado sagrado.

Isto se expressa em práticas já ‘canonizadas’, como por exemplo os ‘barzinhos de Jesus’ e as ‘aeróbicas de Jesus’ entre tantas outras expressões da vida profana incorporadas como atividade religiosa desde que expurgadas de seus conteúdos pecaminosos (CAMURÇA, 2009, p. 60).

Com isso, é possível visualizar o alastramento das lógicas de mídia para todo o contexto social. A midiaticização não acontece apenas nos esforços religiosos em ambientes midiáticos, mas também passa a possibilitar novas formas de atuação no contexto histórico-real com a re-significação de elementos e práticas da vida atual que vão ao encontro das mudanças de valores e percepção da realidade. Camurça (2009) considera que a mensagem católica midiática é marcada pela tensão e articulação entre o seu discurso, muitas vezes considerado conservador e tradicionalista e a gramática midiática e a realidade virtual.

Há um processo de afetação recíproco entre as lógicas midiáticas e católicas possibilitadas pela sua inserção no interior de práticas do outro campo social, nesse caso, lógicas midiáticas inseridas em práticas religiosas e lógicas religiosas inseridas em práticas midiáticas. Nesse sentido, as tensões que emergem da articulação de lógicas distintas, da aproximação de valores diversos um em relação ao outro e da reorganização de práticas tradicionais não impede que aconteça esse processo de

afetação. As afetações e modulações tanto no campo religioso quanto no midiático acontecem de forma recíproca e dão origem a um novo jeito de fazer religião e a um novo jeito de fazer mídia.

Assim, compreendemos as considerações de Camurça (2009) quando diz que práticas da vida moderna, práticas da mídia e práticas de entretenimento são resignificados como práticas religiosas. Mesmo sendo construídas com elementos seculares, as iniciativas católicas midiáticas não perdem o seu viés religioso. Da mesma forma, as gramáticas midiáticas e iniciativas de entretenimento tomam feições de religioso. O que se evidencia como resultado disso tudo é o fato de haver a modificação, o surgimento de um novo dentro do catolicismo. Não mudam só as aparências, mas também há modificações mais profundas que dão margem para o surgimento de uma nova forma de devoção.

A proposta de Camurça (2009) para o entendimento do catolicismo midiático é uma proposta bidirecional. Ao mesmo tempo em que o espiritual e interior são colonizados por uma ordem materialista, utilitária e pragmática, os meios técnicos chegam a processos imaginativos e a uma experiência espiritual. O que pode resultar disso tudo é o estabelecimento de um estilo raso e modista, no qual o ideal de vida católico se converte apenas em hábitos banais e formas de lazer ou em um processo de formação de identidade, de uma consciência moral diante de si e do mundo.

Tendo em vista esse processo de midiatização pelo qual passa a Igreja Católica, recorre-se também às análises e considerações já elaboradas por Fausto Neto (2002), Gomes (2007) e Gasparetto (2006) sobre este tema.

A relação Igreja e mídia, para Fausto Neto (2002), é tão intensa na contemporaneidade, que leva à construção de novas religiosidades. O autor enumera três fatores que alavancam essa mudança devocional.

O primeiro fator que leva a Igreja a adotar estratégias midiáticas são os desafios em atender às demandas imediatas dos indivíduos atingidos pelos efeitos de problemas sociais e políticos da sociedade. Parece que as estratégias convencionais das instituições não têm respondido às necessidades mais circunstanciais dos fiéis com eficiência.

Em segundo lugar, vem a adoção de “políticas terapêuticas” por parte da Igreja, que busca oferecer práticas que respondam às demandas dos fiéis. Assim, a mídia apresenta ambiência adequada para potencializar ações que se constituam

em respostas às necessidades da ordem social. Tal fato pode ser observado nos teleatendimentos midiáticos e pela transformação dos rituais de escuta e de atendimento de instituições confessionais. Por último, o autor sugere que as novas formas e possibilidades simbólicas que a mídia proporciona às religiões de apresentar suas normas e o anúncio de suas mensagens junto à ordem social constituem-se em novas formas de gestão e regulação da vida dos cidadãos.

A perspectiva de Fausto Neto defende que a afetação que o campo religioso sofre do campo midiático chega ao ponto de configurar modificações devocionais, emergindo assim o neodevocional midiático. Essa abordagem também evidencia que a atuação do campo religioso na mídia se dá num contexto de produção de discursos midiáticos. O religioso não apenas transfere as suas práticas do ambiente histórico-real para a ambiência midiaticizada, mas assume para si a cultura da mídia e as suas operações.

Nesse sentido, ao analisarmos uma expressão midiaticizada de religião, estaremos lidando com perspectivas neodevocionais, de uma prática de religião diferente daquela tradicionalmente realizada em contextos históricos. As características do neodevocional apresentadas por Fausto Neto e as potencialidades tecnológicas de atuação serão tomadas como marcas da afetação entre as lógicas midiáticas e católicas.

Segundo Fausto Neto (2002, p. 163):

É na esfera dos processos de comunicação, portanto, na lógica dos mídias, que as instituições religiosas definem seus lugares, constituem suas identidades e suas relações com seu outro — seja outra instituição, o mundo dos fiéis e os candidatos à salvação.

As considerações de Borelli (2006) também colaboram para o entendimento da midiaticização da Igreja tendo em vista as negociações e os processos de afetação entre o campo midiático e religioso, em análise sobre a construção de um evento religioso midiaticizado. Nessa situação, a autora afirma ocorrer certa ambigüidade nos modos de operar o evento, que acontece ora marcado por lógicas religiosas e que ora sucumbe às gramáticas da mídia. Dessa mesma forma, a construção da atuação da Igreja na mídia é feita da afetação das lógicas católicas e midiáticas que dão origem a um fazer católico específico da ambiência midiaticizada. E esse fazer

católico midiático, por ser resultante de afetações, evidencia, em certos momentos, a coexistência das diferentes lógicas presentes na sua constituição.

Conforme Gomes (2007), a visão que leva a Igreja para o contexto midiático é a de que a comunicação midiática não é vista como uma problemática a ser pensada e sim como solução para as dificuldades evangelizadoras. Dessa forma, a Igreja ainda enxergaria a mídia apenas como mediação e não como ambiência, limitando a sua relevância às qualidades técnicas das tecnologias de comunicação. Entretanto, o mesmo autor considera a midiática como um novo modo de ser no mundo e afirma que os fatos e questões que não estão na esfera midiática parecem que não existem na atualidade.

Sodré (2002) fala da atuação hibridizante da mídia, na qual não basta apenas a exposição da mensagem, mas a identificação desta com a audiência. Dessa forma, os elementos do modo de vida tradicional, ao serem midiáticos são reconfigurados pela tecnocultura, e essa reconfiguração acontece de tal maneira, que a própria mensagem pode converter-se em realidade midiática.

Dentro desse contexto, entende-se a afirmação de Gasparetto (2006) de que as religiões tomam para si a linguagem e a visibilidade próprias da televisão. Além disso, observa-se que a vivência do religioso deixa de ser exclusiva das comunidades concretas e passa a ser realizada por tecnointerações que orientam a experiência religiosa, o consumo e o pertencimento ao grupo. Destaca-se também a materialização dessa mistura do sagrado com o econômico através de uma diversidade de objetos impregnados de significação que são ofertados no mercado religioso.

Gasparetto entende a Canção Nova como um sujeito com práticas geridas por operações de religião e mídia, mas que tem o seu foco no protagonismo técnico simbólico com o exercício de um neodevocionismo. Os ambientes midiáticos de religião possibilitam uma religião de contato e de experiência de reencantamento do mundo que só é inteligível tendo em vista as lógicas midiáticas.

Através de diferentes operações de sentido, a Igreja Católica apropria-se das estratégias midiáticas para penetrar num ambiente mercadológico de estruturação de seu código de verdades e com embates discursivos travados com as outras esferas sociais pela experiência de poder. Na ambiência midiática, emergem novos valores e demandas e possibilidades de práticas que vão modulando a vivência da religião de maneiras ainda não experimentadas.

Assim, ao abordarmos a relação entre a Igreja e a Mídia e levando em consideração a problemática proposta para este estudo, temos que as práticas católicas que passam a se desenvolver nas redes virtuais são exemplos dessas novas maneiras de experimentar a vivência religiosa. A própria Igreja, ao se pronunciar sobre a sua atuação na internet, apresenta dois tipos de ponderações distintas. Ao mesmo tempo em que o documento “Igreja e Internet”, do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (2002), incentiva que as redes digitais sejam utilizadas com todas as suas potencialidades na missão da Igreja, deixa claro também que as experiências religiosas no ciberespaço não devem substituir as tradicionais práticas do contexto histórico-real, abordagem semelhante aos pronunciamentos da Igreja na sua relação com o rádio e a televisão.

Neste contexto, o documento traz, no seu número nove, afirmações que dizem respeito diretamente às práticas católicas aqui abordadas. Sobre a prática da formação, o documento considera a internet como fator que potencializa iniciativas formativas. Já no que diz respeito à liturgia, o texto é taxativo ao dizer que não existem sacramentos na internet, conseqüentemente, não existe a completude da celebração litúrgica. Contudo, entendemos que a prática da liturgia ainda é possível nas redes digitais pela experiência fragmentada da missa por meio de alguns de seus elementos. No que tange à prática da oração, entendemos que quando o documento afirma que “na Internet não existem sacramentos; e até mesmo as experiências religiosas nela possíveis pela graça de Deus, são insuficientes, dado que se encontram separadas da interação do mundo real com outras pessoas na fé” ele admite que, embora de maneira parcial, é possível rezar na ambiência virtual.

Com a consolidação da internet, inúmeras são as iniciativas de igrejas e movimentos religiosos na rede. De blogs de grupos de jovens até empreendimentos mais audaciosos, o ciberespaço também passou a ser tomado como campo de evangelização. Além do seu site oficial, em 2009 a Igreja Católica lançou outra estratégia de posicionamento na rede, o *www.pope2you.com*. Esse novo empreendimento, é um site gerenciado pelo próprio Vaticano que através de redes sociais como Facebook, de ferramentas como o YouTube, de uma enciclopédia coletiva e de aplicativos para Iphone visa aproximar a juventude da mensagem do Papa, ressaltando a interatividade e o compartilhamento.

Certamente, as atuações religiosas na internet também constituem o corpo da religiosidade neodevocional que emerge na mídia na atualidade, apresentando-se

como forma de atender às demandas de teleatendimento e novas maneiras de ser e de agir. Nessa mesma perspectiva, as expressões do catolicismo midiático, começaram a abarcar a internet na sua modalidade de fazer religião. Com um grande volume de conteúdo tanto religioso como informacional e com o uso de variadas ferramentas de *web 2.0*, a Canção Nova tem no seu portal cancaonova.com, a sua mais importante expressão na internet.

Dentro desse contexto, o próximo capítulo objetiva compreender as lógicas de organização da ambiência midiaticizada e as características particulares da afetação sofrida pelo fazer religioso na internet.

3 MUDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE E LÓGICAS COMUNICACIONAIS NO CIBERESPAÇO

Este capítulo objetiva discutir o processo de midiatização e as lógicas comunicacionais, com vistas a proporcionar um entendimento mais aprofundado do processo de midiatização da Igreja pela atuação da Canção Nova na internet. Nele, discutiremos questões mais específicas, próprias da ambiência midiatizada e das possibilidades de atuação no ciberespaço, por meio de três subcapítulos: O processo de midiatização; Afetação de lógicas e novas formas de atuação; e Lógicas e práticas de comunicação no ciberespaço.

A midiatização dá origem a um novo ambiente social sustentado por práticas e lógicas próprias que não se limitam aos suportes tecnológicos e meios de comunicação, mas que se entranham por toda a ordem social. Tal fenômeno é possível pela ubiqüidade, pela não-linearidade dos fluxos de informação e pelas modificações de espaço e tempo proporcionadas pelas redes de informação e pela virtualidade. A ordem social é formada por diversos elementos que a constituem e que se relacionam entre si. Dessa mesma forma, o processo de midiatização está ligado a diferentes fatores que o tornam possível, moldam as suas características e embasam as suas lógicas.

3.1 O processo de midiatização

Podemos dizer que a midiatização é um processo relacional que resulta do encontro de variados fatores e, ao mesmo tempo, interfere nesses elementos e realidades que lhe originaram. Esse conjunto complexo de fatores acaba por dar origem a um novo ambiente existencial caracterizado por novas formas de cultura, atuação e percepção da realidade.

Braga (2006) aborda a midiatização sob dois aspectos: o primeiro abarca processos sociais específicos, que passam a se desencadear segundo lógicas das mídias, como acontece com o campo religioso, enquanto que o outro aspecto

representa o processo de midiaticização da própria sociedade. O autor considera a midiaticização como processo de interação que caminha para um lugar de referência na sociedade, porém não sendo ainda um processo estabelecido ou terminado, mas em implantação.

Um processo interacional de referência é constituído como uma perspectiva de organização da sociedade, estabelecendo-se como um dos principais direcionadores na construção da realidade social. Dessa forma, a midiaticização é processo que organiza a ordem social sob a matriz da mídia, o que gera a possibilidade de pessoas separadas no tempo e no espaço terem uma experiência comum.

Nessa lógica, a construção social da realidade é moldada pelas processualidades interacionais utilizadas pelos indivíduos e setores da ordem social. A realidade é produzida pela sociedade através das interações sociais, do mesmo modo que essas interações também são moldadas pela sociedade a partir das expectativas geradas pelas construções sociais já existentes anteriormente. Com essa abordagem, Braga defende que, enquanto processo interacional de referência, a midiaticização está numa situação de transição que caminha para a condição preferencial, pois apresenta características que correspondem às demandas de processos sociais anteriores e, ao mesmo tempo, evidencia lógicas próprias.

Ao construir a realidade, essas maneiras de interação atravessadas pelas lógicas midiáticas vão acarretar a organização de um ambiente igualmente midiaticizado, um novo *bios* ou uma nova ambiência existencial. A emergência do *bios* midiático pode ser compreendida com tal força, que Gomes (2006, p. 121) afirma que a midiaticização torna-se “um princípio, um modelo e uma atividade de operação de inteligibilidade social.”

Como ainda não se constitui em um processo interacional de referência, a ação condicionante da midiaticização se dá não pela imposição, mas pela hibridização com as formas vigentes no histórico real. Assim sendo, com base nas afirmativas de Sodré (2002), entendemos a midiaticização como processo de expansão das lógicas de mídia para os demais campos sociais, pela tendência à hibridização das demandas de atuação institucional e individual com as tecnologias de comunicação. Nesse processo há uma disposição à virtualização das relações do sujeito com o real e a multiplicação de tecnointerações sociais, a partir de dinâmicas tecno-discursivas e habilidades sociotécnicas.

Nesse sentido é que pensamos o processo de afetação entre os campos sociais alavancado pela midiatização. O conceito de afetação diz respeito à inserção da mídia na dinâmica e no funcionamento das instituições sociais, no sentido de que a midiatização, para Fausto Neto (2006, p. 10):

[...] por ser um fenômeno que transcende aos meios e às mediações, estaria no interior das processualidades, e cujas as dinâmicas tecno-discursivas seriam deferidas a partir de suas lógicas, operações de saberes e estratégias na direção de outros campos sociais..

É nas cenas organizacionais/produativas e nas cenas discursivas que ocorre a possibilidade de afetação da midiatização nas características e funcionamentos de outras práticas sociais institucionais. Entretanto, esse processo de afetação não acontece de forma determinística, mas se dá com características de transversalidade e relacionalidade. A transversalidade se dá pelo fato da midiatização não ter influência restrita à mídia, mas também atingir as demais instituições e os seus usuários, num processo de afetação. Essa afetação se dá de forma relacional, pois os campos são atravessados pela midiatização, mas, da mesma forma, atravessam o campo da mídia. Dessa maneira, os efeitos gerados por esses atravessamentos também são relacionais e esses movimentos recíprocos de afetação dão margem a uma complexificação da ordem social.

Com esse processo de afetação, no qual as lógicas midiáticas estão presentes no interior do funcionamento do campo religioso, entendemos que não há apenas a coexistência dos dois tipos de lógicas, midiática e católica, mas o surgimento de uma nova lógica, resultado dessa afetação, que não se apresenta como uma solicitação externa, mas como o resultado da negociação entre as demandas legítimas dos campos envolvidos.

Gomes (2004), ao discorrer sobre a reconstrução social produzida por meio dos processos midiáticos na contemporaneidade, deixa clara a amplitude das processualidades da midiatização, com suas afetações e novas perspectivas de atuação.

Os processos midiáticos necessitam da realidade como matéria-prima de sua produção. Entretanto o resultado de suas operações é uma realidade que, embora guarde semelhança com a realidade originante, dela se distingue pelo olhar do produtor. Analogicamente, pode-se dizer que o resultado dos processos midiáticos são entes de razão com fundamento na realidade. E, se aceitarmos que os sentidos não são produzidos nem no pólo de recepção, tampouco no pólo de produção, mas na relação que se

estabelece entre os dois, deveremos concluir que o resultado dos processos midiáticos é uma realidade terceira que guarda semelhança com a realidade original, mas que com ela não se identifica totalmente (GOMES, 2004, p. 22).

Os processos de interação e de construção social passam a ter como principais responsáveis a mídia, que, por sua vez, possibilita a modificação do sentido espacial e temporal, dando origem a novos ambientes sociais. Assim, a midiatização é entendida por Sodré (2002) como um novo *bios*, no qual se sobressai a lógica do mercado e uma nova qualificação cultural, a tecnocultura. Na nova ambiência, os conteúdos possuem fins mercadológicos, que contribuem para a manutenção da ordem econômica vigente.

A abordagem do fenômeno da midiatização como geradora de uma nova ambiência ressalta a porosidade das instâncias sociais que nesse novo *bios* passam a ter suas ações cotidianas atravessadas pela mídia. Pode-se vislumbrar assim a condição sociotécnica da midiatização, que se estabelece como uma nova configuração de práticas e ambientes sociais possível pelo desenvolvimento dos meios tecnológicos de informação e comunicação.

Contudo, Sodré (2002) ainda ressalta que o midiático, “enquanto categoria particular da forma espetáculo”, não é necessariamente atrelado aos suportes tecnológicos, podendo extrapolar para outras esferas da realidade. Essa extrapolação do midiático se faz pelo fato do próprio princípio de comunicar passar a ser formatado pelas características midiáticas, o que garante que essa nova forma de ser torne-se realmente uma prática corrente no cotidiano social contemporâneo. No *bios* midiático, a tecnocultura emerge como uma nova forma de relacionamento do indivíduo com o real, com modificações nas percepções e com o surgimento de novas modalidades de sociabilidade.

A visão da midiatização como geradora de uma nova ambiência vai além das concepções funcionais e instrumentais, que enxergam a mídia apenas como uma ferramenta operacional. O consistente desenvolvimento tecnológico, a passagem da linearidade da comunicação para a descontinuidade e para a fragmentação, a porosidade das fronteiras e a afetação da mídia nos demais campos sociais configuram a ordem social de forma a midiatizar a própria sociedade.

Realidade e sociedade são configuradas por meio de novos mecanismos de produção de sentido e tendo nas estruturas de conexões uma nova forma de vínculo social. Fenômenos que indicam, segundo Fausto Neto (2006, p. 4):

[...] a transformação da sociedade do ato social nas operações de contato. Estamos diante de uma nova forma de organização e produção social, onde o capital já não estaria mais apenas a serviço das estruturas, mas dos fluxos e das informações.

Nesse contexto, a internet figura na atualidade como uma nova ambiência constituída pelo fluxo tecnocultural atrelado ao suporte tecnológico dos computadores e das redes informáticas. Para Castells (2004), a internet é a base de uma nova sociedade, a qual ele denomina *sociedade em rede*, apresentando-se como meio de comunicação, interação e organização social que processa o virtual de maneira a torná-lo a realidade em que vivemos.

Sodré (2002) amplia tal abordagem ao considerar a mídia uma nova qualificação da vida que origina uma eticidade estetizante e vicária e desempenha poder simultâneo, instantâneo e global. Tal poder não deve ser considerado como estando na própria mídia, mas como advindo do modo de produção e organização da vida social. Como uma matriz social, a mídia encena uma nova ordem moral objetiva em consentimento com o conjunto de mudanças cognitivas e morais necessárias à lógica do consumo.

3.2 Afetações de lógicas e novas formas de atuação

Na ambiência midiaticizada, as novas formas de ser e pensar são o resultado da interação de variados elementos que se afetam e se imbricam, como a tecnologia, a comunicação e a cultura. Ao atentarmos para o papel desses imbricamentos no processo de midiaticização, entendemos a tecnologia como fator modificador dos processos e ambientes sociais, por potencializar novas formas de atuação e de práticas, que se apresentam na ordem social dando margem para o surgimento de uma sociotécnica. Para pensar a afetação da tecnologia nos processos sociais, entendemos a idéia de sociotécnica a partir das relações entre

tecnologia, comunicação e cultura. No que diz respeito à ambiência midiaticizada abordamos a midiaticização e a cibercultura como processos sociais.

Ao longo do tempo, inúmeras são as modificações por que passam a comunicação, a cultura e também a própria sociedade. Dentro desse panorama, o homem, pela sua faculdade simbólica, vai buscando novas possibilidades de atuação, procurando novas formas de responder às suas necessidades e, para isso, vai criando tecnologias que o possibilitem fazer coisas que antes não eram possíveis. O desenvolvimento tecnológico é alavancado como possibilidade de respostas mais amplas às necessidades de busca pela alteridade e de devir do homem.

A tecnologia se insere como um propulsor de novas formas de relacionamento do homem com o mundo que ele percebe. E isso se traduz no desenvolvimento das mais variadas ferramentas tecnológicas e também resulta em novos processos de comunicação social, que, conseqüentemente, se configuram como novos estruturantes da vida em sociedade. A mídia se apresenta como tecnologia e como elemento modificador da nossa experiência. Com base nas considerações de Martino (2009), é possível entender a mídia como matriz social que alarga o nosso plano de existência por superar as limitações de tempo e espaço e possibilitar uma experiência comum pela sincronização das existências individuais através do fluxo midiático. Com essa evolução da técnica, a cada nova mudança no modelo comunicacional, ocorre também uma mudança nos modelos culturais, na organização da sociedade e na própria vida do homem.

Segundo Peruzzolo (2006, p. 260), “tecnologia não é só invenção de um instrumental físico-operacional, é também o movimento de uma mudança no fazer humano e no seu pensamento.” A tecnologia não altera apenas as formas do homem fazer as suas coisas, mas modifica a cultura e, conseqüentemente, tem influência nas formas de pensar e perceber o real.

Esse trajeto do desenvolvimento da tecnologia é muito mais que uma sucessão de inventos e determinismos técnicos, pois resulta do desenvolvimento das capacidades do homem que, a cada avanço, escancara diante de si um mundo de possibilidades. “Bem mais que simplesmente um produto, uma tecnologia provém do conhecimento científico e logo passa a fazer parte da cultura, impregnando o imaginário social pelo qual dada cultura se explicita.” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p. 34).

A idéia de uma sociotécnica vem da mútua afetação entre as possibilidades tecnológicas e o fazer do homem. Em cada nova tecnologia que se instaura na sociedade, estão embutidas as novas possibilidades de sentido e de controle do natural e do social pelo homem. O uso de uma tecnologia é reflexo do momento histórico, cultural e social no qual ela surgiu e foi adotada, da mesma forma que, ao ser adotada, essa mesma tecnologia modifica a cultura e a organização social. As novas formas de atuação que vão se apresentando dentro da ambiência midiaticizada dizem respeito diretamente à sociotécnica. Dificilmente, essas novas formas de ser e perceber o real viriam à tona e se transformariam em prática social sem terem se processado junto com o desenvolvimento tecnológico.

Na contemporaneidade, o elevado nível de crescimento da tecnologia impulsiona, juntamente com outros fenômenos sociais e culturais, uma aceleração das formas de vida. É notável também um tratamento mais superficial e veloz dado às questões-chave da sociedade e às relações sociais, como se tudo acontecesse numa atmosfera de agitação e fluidez materializada nos constantes e instantâneos fluxos informacionais a que o homem é submetido cotidianamente.

Todo esse novo contexto tecnológico traz consigo uma nova visão de mundo e que remete à produção discursiva da sociedade. Dessa maneira, cada tecnologia é elemento estruturador dos significados aceitos na ordem social como característico de sua própria cultura. A tecnologia também passa a integrar o imaginário e, juntamente com as novas proposições sociais de códigos de comunicação e conduta, cria novas linguagens.

Nesse sentido, a cultura aparece como fator imprescindível para o entendimento do processo de mudança trazido pelas inovações tecnológicas. Seguindo o modelo cultural proposto por Audet (apud PERUZZOLO, 2006), tem-se que toda a resposta aos anseios do homem que se torna consagrada na sociedade é depositária de valor simbólico e passa a integrar o quadro cultural previamente existente não como um simples objeto, mas como um sistema de relação e de sentido. Então, as relações, ao passarem pelo ordenamento e ajustamento, são estabilizadas e constituem o modelo cultural. Pelo processo de ajustamento, as relações passam a ordenar as condutas posteriores, constituindo-se em fator ativo na organização cultural e social dos agrupamentos humanos.

A comunicação e a técnica também se imbricam no modelo cultural de forma a afetar os modos de pensar e da sociedade se organizar. Os meios de

comunicação, quando tomados como novas possibilidades de atuação do homem e das instituições, com suas lógicas de funcionamento, suas possibilidades de uso e significados, podem apresentar-se como moduladores das formas de vida e de visão de mundo. Podemos falar assim do caráter inseparável da tecnologia e da linguagem, que são tanto formas de expressão como dinâmicas de transformação e ação humana sobre o mundo. Tal pensamento, quando aplicado aos meios de comunicação e às maneiras e tecnologias de comunicação assumidas e institucionalizadas em cada época, não só impõem gramáticas de construção de mensagens como também configuram a sua codificação e as percepções de mundo. Segundo Fausto Neto (2006, p. 3):

A sociedade que tem sua estrutura e dinâmica calcada na compreensão espacial e temporal, que não só institui, como faz funcionar um novo tipo de real, e cuja base das interações sociais não mais se tecem e se estabelecem, através de laços sociais, mas de ligações sociotécnicas.

Sendo assim, o homem, constituído pela cultura, constrói seu próprio mundo a partir do estabelecimento de costumes, padrões de conduta e da produção, acumulação e partilha social de experiências. Essa ambiência criada pelo homem é feita de objetos partilhados e sentidos produzidos pela sua capacidade simbólica, que, nesse contexto, faz da tecnologia um processo social, uma sociotécnica.

Nesse sentido, as modificações percebidas na sociedade não se dão por causações impositivas, mas por aditividades de novas formas de atuação que se adicionam aos fatores já estabelecidos no sistema social e se afetam. Assim, modifica-se o ambiente existencial com a passagem da linearidade para as descontinuidades, do ato social para a rede, do vínculo ao fluxo, como afirma Fausto Neto (2006).

No que tange à Canção Nova, objeto deste estudo, a afetação das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas e as modificações das práticas decorrentes desse processo acontecem pela presença das lógicas midiáticas no interior das processualidades de atuação da Canção Nova enquanto instituição católica e, obviamente, enquanto instituição midiática. Os dois tipos de lógicas se afetam de tal forma que acabam por originar algo novo, um novo tipo de lógica, com características semelhantes àquelas que lhes deram origem, mas diferente por ser produto de uma afetação e não apenas uma sobreposição, ou uma coexistência

entre elas. Entendemos tal processo a partir da idéia de zonas de afetação, noção explanada por Fausto Neto (2006) e do esquema proposto por Véron (1997) para a análise da midiatização.

Na tentativa de contribuir para a compreensão da noção de zonas de afetação, apresentamos abaixo o nosso esquema sobre o estágio atual do processo de midiatização da sociedade.

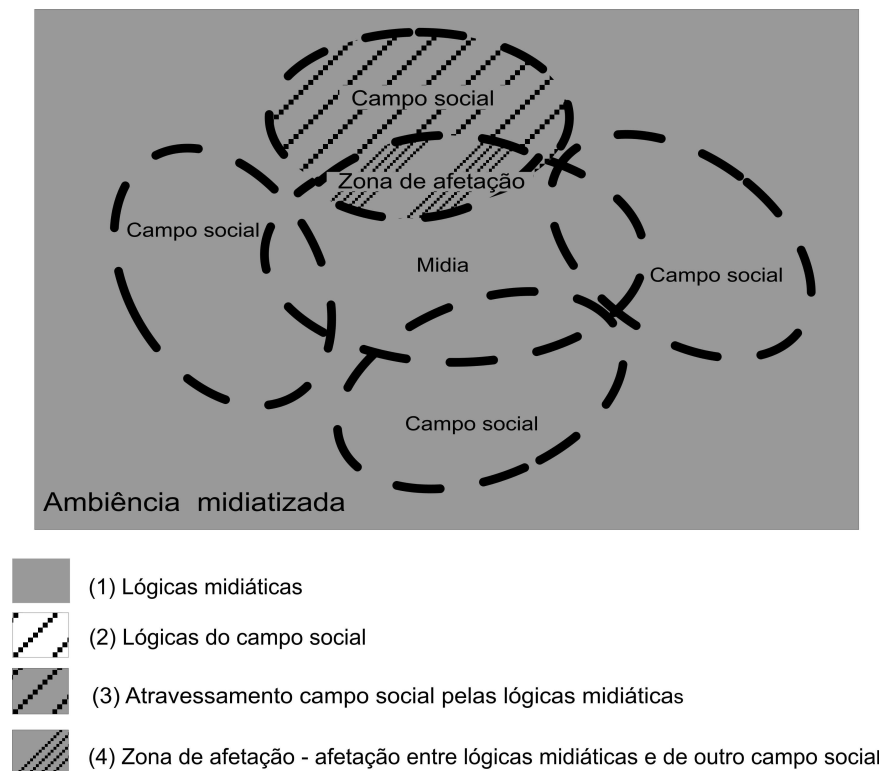


Figura 1 – Processualidades da midiatização da sociedade: campos sociais e zonas de afetação.

O esquema exposto na Figura 1 representa o nosso entendimento sobre as processualidades da midiatização. Como ponto de partida, temos a configuração social proposta por Rodrigues (1990), na qual o campo das mídias se autonomiza e passa a ocupar a centralidade da sociedade. Com a porosidade das fronteiras entre os campos e com a expansão das lógicas midiáticas, a totalidade da ordem social é atravessada pela mídia resultando no surgimento de uma nova ambiência, a ambiência midiatizada, fato representado na legenda de número 1.

Entretanto, entendemos que esse atravessamento dos campos sociais pela mídia ocorre de duas formas, ou em dois níveis. E é essa heterogeneidade do processo de mediação que pretendemos elucidar com o presente esquema. Nas fronteiras entre os campos sociais e a mídia, onde as porosidades são maiores, há um imbricamento que entendemos como zonas de afetação. Nessas zonas, as lógicas da mídia e do campo social em questão se afetam, de maneira a dar origem a um novo tipo de lógica. Como num processo de hibridização, a nova lógica apresenta características daquelas que lhe deram origem, mas se constitui como algo diferente, conforme o visualizado na legenda de número 4.

Retomando o nosso entendimento de lógica de um campo social como sendo o meio de se agir razoavelmente para determinado fim, podemos olhar o processo de afetação das lógicas como também sendo um processo de afetação dos fins, dos objetivos de cada campo social envolvido. Ao falarmos de zonas de afetação, consideramos uma porção da ambiência social que não corresponde mais a um campo social específico, mas ao imbricamento de dois ou mais campos e que, por isso, também não diz mais respeito a apenas um fim, ou a um domínio específico da experiência, mas está ligada a uma nova esfera de experiência que é resultado das afetações.

Fora da zona de afetação, entendemos que cada campo social mantém seu núcleo rígido, no qual as suas lógicas se fecham e se preservam do processo de afetação. Tal organização em núcleos rígidos não significa fechamento do campo social. Como partimos do pressuposto de que os campos possuem fronteiras porosas, há o atravessamento das lógicas. Contudo, diferente da zona de afetação, essas lógicas apenas coexistem paralelamente, sem que ocorra o processo de afetação. Essa coexistência das lógicas está representada na legenda de número 3.

A não afetação entre as lógicas parece evidenciar a preservação dos fins de cada campo social. Mesmo com o atravessamento das lógicas midiáticas, entendemos que cada campo social preserva o seu domínio específico de experiência. Como exemplo disso, podemos considerar a apropriação que alguns campos sociais fazem das lógicas de mídia como instrumentos úteis para a sua atuação. Essa postura instrumental, que encara a mídia apenas como uma ferramenta, sem se preocupar com as suas lógicas e valores, oportuniza que as lógicas coexistam sem se modificarem.

Cada mídia traz suas lógicas próprias, suas características e possibilidades de atuação. Sendo assim, as afetações e formas de organização da midiatização se dão de forma peculiar em cada meio. Com o intuito de ampliar o entendimento da midiatização atentamos agora para o ciberespaço.

3.3 Lógicas e práticas de comunicação no ciberespaço

As possibilidades trazidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação refletem modificações nas maneiras de pensar e organizar a ordem social e a experiência de mundo. Num contexto midiatizado e de cibercultura no qual a fluidez, a conexão, a rede e a não-linearidade são características marcantes, emergem novas formas de atuação e de percepção da realidade com a afetação das lógicas dos diferentes campos e com os avanços tecnológicos. Entendemos que o mais marcante disso tudo são as mudanças na organização social advindas das novas possibilidades de interação e de vínculo social advindas desse cenário.

Dedicamo-nos nesse subcapítulo ao entendimento das lógicas e práticas de comunicação que emergem nas redes digitais. Consideramos para tanto o ciberespaço sob a perspectiva de Lévy (1999), que o caracteriza como um meio de comunicação constituído pela interconexão mundial de computadores em conjunto com o grande fluxo de informações e de sujeitos que se apropriam desse universo. E essa grande apropriação de informações e sujeitos que dão corpo ao ciberespaço se efetiva com a expansão da internet.

Mais que uma tecnologia, Castells (2004) considera a internet como um meio de comunicação e interação e que, cada vez mais, atua como organizador de uma sociedade em rede.

Nesse sentido, a internet não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades. A Internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos (CASTELLS, 2004, p. 287).

De maneira direta e acessível, a internet representa as mudanças comunicacionais e sociais abarcadas pelo advento das novas mídias e pelo desenvolvimento tecnológico. Assim, nos apropriamos da tecnologia e passamos a vivenciar o virtual dentro do nosso cotidiano, pois a internet representa tais modificações de maneira palpável nas nossas vidas. A virtualidade e a rede passam a fazer parte da nossa rotina.

Dentro desse contexto, Thompson (1998) ressalta que as novas mídias atualizam as formas de agir e as relações sociais de maneira que modificam a organização espacial e temporal da vida. Tais mudanças transformam os modos de transmissão de material simbólico e de exercício do poder, que ficam cada vez mais separados da interação social em ambientes compartilhados na contemporaneidade.

A internet, como matriz que abarca convergências técnicas e novas possibilidades interativas, vai construindo um novo ambiente no qual, segundo Barichello (2008), as informações não são apenas disponibilizadas, mas se configuram como a própria experiência.

Dessa maneira, Trivinho (2007, p. 4) afirma que o conceito de cibercultura não é restrito ao ciberespaço, mas diz respeito a processos e fatos do contexto *off-line*, ou seja, a um capital cognitivo e infotecnológico que equivale a um “capital social de sobrevivência cultural na fase globalitária do capitalismo” (TRIVINHO, 2007, p. 4). Ele abrange de tal modo o objeto, o sujeito e o entorno, que acaba por se tornar o próprio contexto concreto da vida na atualidade. A cibercultura corresponde ao arranjo material, simbólico e imaginário contemporâneo e aos processos sociais internos, tanto estruturais quanto conjunturais, que lhe dão sustentação.

Os processos sociais, estruturais e conjunturais abarcados pela cibercultura tornam viáveis o desenvolvimento e o alargamento de práticas e relações que possuem a interatividade como forma predominante de vínculo e de atuação social. Primo (2007a) define interação como uma ação que acontece entre os participantes de uma relação. A abordagem da interação sob a perspectiva da relação garante a compreensão de que interagir é um processo dinâmico, com a característica transformadora da recursividade, na qual os participantes da interação se engajam. Ao considerar o caráter recursivo da interatividade, o autor nomeia os participantes da situação interacional como interagentes por considerar nomeações como usuários e receptores muito reducionistas.

Dedicando-se ao estudo do relacionamento entre os interagentes, Primo (2007a) lança mão de uma abordagem sistêmico-relacional para conseguir dar conta de todos os elementos envolvidos num processo interacional. Nessa perspectiva, tanto um clicar de botões na interface de um *site* quanto uma conversação em um *chat* são interações. O que diferencia uma situação interativa da outra é o tipo de relacionamento construído através delas.

Essa proposta de diferenciação qualitativa das interações mediadas por computador propõe dois modelos. A interação mútua é aquela que engaja interagentes, com elementos interdependentes e resultados que podem ser alcançados de diversas formas. Nela as problematizações são contínuas e as ações têm impactos recursivos sobre a relação e o comportamento dos envolvidos na situação interacional. Os rumos tomados pela interação dependem da atuação dos envolvidos, as problematizações são levantadas e solucionadas momentaneamente, oportunizando que os interagentes se engajem em discussões futuras. Essa dinâmica e os desequilíbrios do sistema fazem a interação mútua constantemente atualizada. A maioria dos recursos e ferramentas da atual fase na internet se organizam com base nesse modelo de interação, como listas e fóruns de discussão, comunidades e redes de relacionamento e mensageiros instantâneos.

Já as interações reativas são construídas de forma pré-determinada, o que gera trocas condicionadas que não percebem ou não reagem ao ambiente e às circunstâncias. A troca se dá sempre pelo mesmo caminho pré-definido e o número de possibilidades de se construir a interação é sempre restrito e pré-determinado. Sendo assim, a interação pode ser repetida da mesma maneira infinitamente. Caso ocorra uma situação que não é prevista na fase inicial do processo, como um erro ou uma falha técnica, a interação reativa não produzirá o resultado previamente esperado ou nem apresentará resultado nenhum podendo interromper bruscamente o sistema interativo. Esse tipo de interação marcou de forma significativa a primeira fase da internet, a chamada *web 1.0*. Nessa fase a ênfase estava na publicação de conteúdos com possibilidades interativas que, na maioria das vezes, se limitavam à personalização desses conteúdos e à participação através de escolhas realizadas a partir de opções pré-definidas como em uma enquete, por exemplo.

Essas duas categorias de interação não são estanques, é possível encontrar situações em que o interagente se relacione ora de forma mútua, ora de forma reativa ou nas duas modalidades ao mesmo tempo, como no momento de conversar

com alguém numa sala de bate-papo, em que acontece uma interação mútua com o outro participante da conversação e uma interação reativa com a interface do *site* que abriga o *chat*.

A questão da interatividade sempre esteve presente nas discussões sobre as redes digitais, seus usos sociais e modos de funcionamento. Essas discussões e apropriações vão evoluindo à medida que acompanham o próprio desenvolvimento tecnológico. Dessa maneira, vivenciamos agora um contexto cibercultural marcado pelas características de outra fase da internet, a chamada *web 2.0*. Essa segunda geração de serviços da internet traz facilidades para a publicação, compartilhamento e organização de informações e expande as formas possíveis de interação. Uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdos com ênfase na participação passa a ser o foco dessa segunda fase ao invés da concepção de *sites* isolados e da ênfase na publicação como o observado num primeiro momento. Além das novas possibilidades tecnológicas, a *web 2.0* marca um novo período tecnológico, no qual emergem novas estratégias mercadológicas e novas formas de comunicação. Primo (2007b, p. 2) considera que:

A Web 2.0 tem repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática.

Dessa forma, as lógicas e práticas de comunicação do ciberespaço atual serão caracterizadas pelos serviços *online* de segunda geração. Primo elenca algumas dessas características que abordaremos aqui como base para pensar as atuais possibilidades e práticas de comunicação na internet.

A primeira característica diz respeito à potencialização do trabalho coletivo, pois a *web 2.0* oportuniza uma dinâmica constante de construção e atualização coletiva de informações, como acontece em blogs, enciclopédias coletivas, redes sociais. A credibilidade e a relevância dos conteúdos são garantidas pelo compartilhamento das informações e a participação ativa dos usuários. Assim, o modelo informacional de um grande centro distribuidor de mensagem, como as mídias tradicionais, passa a competir com a lógica sistêmica da conexão de micro-redes, reunião de pequenos grupos com interesses em comum que se interconectam com outros subsistemas do ciberespaço.

Outra particularidade dessa nova fase da internet são os novos formatos de circulação da informação, visualizado pela hibridização do sistema *push* e *pull*. Ao contrário das mídias tradicionais, a internet caracteriza-se pelo sistema *pull*, em que o próprio usuário “puxava” a informação de seu interesse ao invés dessa ser empurrada (*push*), até ele como no rádio, televisão, jornal. Com a *web 2.0* desenvolveu-se o sistema RSS (*Real Simple Syndication*), que funciona com um software agregador de todas as atualizações de um determinado *site* que podem ser assinado pelos internautas conforme seus interesses. O sistema RSS supre a necessidade do acesso a diversos *sites* diferentes para o contato com os conteúdos desejados. Dessa forma, só é “empurrado” até o internauta o conteúdo que previamente ele já se interessou em “puxar”.

Novas formas de organização e resgate de conteúdos eletrônicos também são potencializados pela *web 2.0* quando, por meio de práticas chamadas de *bookmarking* e *tagging*, as informações presentes na rede são coletivamente organizadas e classificadas. Através de sites especializados (como *del.icio.us* e *Technorati*), é possível realizar o registro de *links* favoritos (*bookmarks*). O *bookmarking* pode ser associado ao *tagging*, que consiste na classificação dos conteúdos através de etiquetas (*tags*). Tal classificação não segue nenhum padrão determinado, o próprio usuário faz uma livre associação entre qualquer palavra que julgar pertinente em relação ao conteúdo.

Tais características evidenciam um impulso no processo de escrita coletiva e de trabalho colaborativo. As novas possibilidades de construção e de atualização da informação vão ampliando os processos de discussão e de gestão colaborativa e consolidando as oportunidades de interação na rede.

Os passos rápidos que o avanço tecnológico vai dando reconfiguram a paisagem comunicacional com o surgimento de novas mídias e oportunidades de interação. Sendo assim, as diferenças e relações entre as mídias tradicionais e as novas mídias demandam uma ulterior reflexão para um entendimento mais amplo da esfera midiática atual. Com esse propósito, Lemos (2007) classifica as funções das mídias em dois tipos: massivas e pós-massivas.

A função massiva da mídia diz respeito à emissão de conteúdo de maneira controlada por empresas de comunicação. O fluxo de informação é centralizado por organizações que fazem da comunicação o seu negócio e que funcionam em regime de competição disputando a venda de espaços publicitários para se manter. As

mídias massivas apresentam forte ligação com o espaço geográfico em que estão localizadas, tanto no que diz respeito a sua área de abrangência quanto pela temática dos seus conteúdos que podem ter foco nacional, regional ou local. A função massiva das mídias organiza a sua atuação para uma audiência massificada, sem contato entre si e sem muitas possibilidades de interação. O jornal, o rádio e a televisão normalmente se organizam como mídias de função massiva.

As mídias de função pós-massiva, por sua vez, se caracterizam pela liberação do pólo de emissão, condição proporcionada pelas redes telemáticas na qual qualquer pessoa pode produzir e disponibilizar informações sem o controle de empresas de comunicação. Na perspectiva pós-massiva, as mídias organizam a sua ação sem limitações geográficas, mas não direcionam os seus conteúdos para atingir a grandes massas. O foco de atuação desse tipo de abordagem visa atingir grupos segmentados com oferta de conteúdos personalizáveis e, na maioria das vezes, aposta em fluxos bidirecionais de comunicação, em que todos podem enviar conteúdo para todos.

Dessa forma, o surgimento e a expansão de ferramentas de função pós-massiva como blogs, *wikis*, *podcasting* possibilitam a emergência de um caráter mais conversacional no campo midiático. Sem controle de empresas ou concessões do Estado, as informações são produzidas e disseminadas de forma a privilegiar a comunicação e a interação. A troca bidirecional de mensagens dá margem para processos mais comunicativos que informacionais.

Entretanto, tal classificação das funções midiáticas não se aplica como uma classificação de tipos de mídias. Segundo Lemos (2007) as funções massivas e pós-massivas podem ser encontradas tanto em mídias analógicas quanto em mídias digitais. Podemos encontrar grandes *sites* da internet que desempenham funções de massa e rádios comunitárias que atuam por nichos. Na busca por compreender os sentidos que emergem de tal contexto:

Devemos pensar não em dualismos simplórios, mas em reconfiguração de sistemas. Podemos dizer, por exemplo, que a internet é um ambiente midiático onde existem funções massivas (a TV pela *Web*, os grandes portais ou máquinas de busca) e pós-massivas (*blogs*, *wikis*, *podcasts*...). A TV tem funções de massa (TV aberta) e pós-massiva, ou de nicho (como os canais pagos). Essa nova configuração comunicacional, mais rica já que nos oferece cada vez mais funções massivas e pós-massivas, vai causar uma crise e alguns impactos importantes para a configuração das novas relações sociais e comunicacionais (crise do "*copyright*", "jornalismo cidadão", *software* livres, trocas de arquivos em redes P2P, etc.). A cultura

“pós-massiva” das redes, em expansão, mostra os impactos sócio-culturais das tecnologias digitais em um território eletrônico móvel em crescimento planetário (LEMOS, 2007, p. 125).

No estudo das lógicas e práticas de comunicação na cibercultura há dois pontos que fundamentam o entendimento desse contexto, são eles: os avanços tecnológicos e as formas de apropriação social de tais avanços. Como vimos até aqui, a internet nos coloca em contato com essa organização cibercultural da comunicação, que não diz respeito apenas às novas possibilidades tecnológicas, mas que é apropriada pelo social e acarreta modificações cada vez mais refinadas nos modos de funcionamento das mídias e dos sistemas comunicacionais.

A reconfiguração da paisagem comunicacional também conta com processos impulsionados por mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais como o da convergência. A idéia de convergência é explicitada por Jenkins (2008) e se refere a uma nova maneira de circulação dos produtos midiáticos nas diversas mídias. Essa nova maneira de circulação se dá pelo fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, pela ação conjunta de múltiplos mercados midiáticos e por uma postura ativa e migratória dos públicos dos meios de comunicação em busca dos conteúdos de seu interesse. Nessa proposta, a idéia da convergência extrapola a dimensão tecnológica, que se dá quando várias tecnologias diferentes convergem para um único aparelho e se estabelece como uma “transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p. 28).

A convergência tecnológica que se reflete em prática midiática e em uma nova postura dos públicos é o contexto do fenômeno da narratividade transmidiática, noção apresentada pelo autor como sendo o desenrolar de uma história através de múltiplas plataformas midiáticas. Numa narrativa assim construída, cada fragmento de história presente nas diferentes plataformas contribui para a inteligibilidade do todo de forma diferente e sem dependência entre si, de modo que o conhecimento de apenas parte da narrativa disponibilizada em determinada mídia não demande pressupostos localizados em outros meios.

A narratividade transmidiática pode se estabelecer como uma modalidade de organização das práticas da ambiência midiaticizada, com elevado grau de exploração do potencial tecnológico e interacional que cada mídia oferece. Nesse sentido, nem só histórias e personagens midiáticos constroem suas narrativas de maneira

transmidiática. Outros campos sociais podem se valer dessas estratégias convergentes e transmidiáticas para construir sua atuação no contexto da cibercultura.

A Igreja, ao se utilizar da *web 2.0*, das funções de mídia pós-massiva, da convergência midiática e da narrativa transmidiática abre-se para as modificações do processo de midiatização e insere o religioso no contexto da cibercultura. Tais investimentos colocam o neodevocional midiático ao nosso alcance, espalhado por toda a ambiência midiatizada como no explicita o próximo capítulo.

4 AFETAÇÃO DE LÓGICAS COMUNICACIONAIS E PRÁTICAS CATÓLICAS MIDIATIZADAS NO PORTAL CANCAONOVA.COM

O presente estudo configura-se como uma pesquisa qualitativa com caráter exploratório e interpretativo e que utiliza o estudo de caso. Essas escolhas justificam-se pela investigação não objetivar medir os eventos estudados, mas sim analisar profundamente uma unidade social.

Para Yin (2005 p. 32-36) o estudo de caso caracteriza-se como uma estratégia de pesquisa em Ciências Sociais que abrange desde a lógica do planejamento até as abordagens e ferramentas específicas para a análise, passando pelas técnicas de coleta de dados e verificação da validade dos dados obtidos. O método representa uma maneira de investigar um tópico empírico seguindo-se um conjunto de procedimentos pré-especificados. De acordo com o autor, o estudo de caso investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, em situações nas quais as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente estabelecidas e utilizam-se múltiplas fontes de evidências.

A metodologia aqui proposta tem por objetivo responder de maneira satisfatória à questão-problema desta pesquisa, que busca compreender como se dá a relação de afetação das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas nas práticas midiáticas da Canção Nova na internet.

Entendemos aqui que cada campo social organiza a sua atuação a partir de lógicas específicas, formas de raciocínio, que vão se materializar nas suas práticas sociais. No que tange às orientações comunicacionais do campo das mídias e do campo religioso, entendemos que suas lógicas se diferenciam.

A lógica comunicacional católica parece estar marcada pela idéia de transmissão. Ou seja, nela, a problemática da comunicação está focada nas instâncias de produção da mensagem e de alcance de sua circulação na sociedade a partir das mídias. Já a lógica comunicacional midiática parece se organizar enquanto uma nova ambiência existencial, com novas formas de agir, de perceber e contabilizar o real. Tais lógicas organizam a forma de atuação comunicacional dos campos sociais, de maneira a modularem as suas práticas de comunicação. Sendo assim, o foco da análise aqui proposta são as práticas católicas midiáticas

presentes no portal. É por meio dessas práticas que objetivamos “ler” as afetações das lógicas. São três as práticas católicas consideradas no estudo: formação, liturgia e oração.

Com o objetivo de garantir a validade do conjunto de operações desenvolvidas num estudo de caso, Yin (2005) sugere dois cuidados metodológicos: selecionar os tipos específicos de mudanças que devem ser estudadas e demonstrar que as medidas selecionadas dessas mudanças refletem o tipo específico de mudança que foi selecionado. Assim, temos que o tipo específico de mudança selecionado para este estudo é a afetação das lógicas. Como as lógicas acabam por modular as práticas comunicacionais, a medida selecionada para a análise é a prática católica midiaticizada no portal cancaonova.com. Tendo em vista que ao tratar-se de práticas características do campo religioso que ocorrem num ambiente de mídia, tais práticas constituem-se em elementos pelos quais presumimos ser possível visualizar o processo de afetação.

4.1 O objeto empírico

O objeto empírico deste estudo é a comunidade católica Canção Nova³ fundada em 1978 pelo Monsenhor Jonas Abib no interior de São Paulo. Para um entendimento um pouco mais abrangente, atentamos para o contexto em que a fundação da Canção Nova está inserida. Na Igreja Católica, a década de 60 e os anos que se seguiram foram marcados pela realização do Concílio Vaticano II, que trouxe algumas mudanças de postura na atuação da Igreja.

Nesse contexto de mudança, dois acontecimentos no mundo católico acabaram por influenciar diretamente a atuação do Monsenhor Jonas Abib, são eles: a chegada do movimento da Renovação Carismática Católica no Brasil no começo dos anos 70 e a publicação da Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi* pelo Papa Paulo IV em 1975. Impulsionado pela exortação papal que convocava a Igreja a evangelizar no mundo contemporâneo e trabalhando na promoção de encontros para jovens, dentro da dinâmica da RCC, Padre Jonas Abib funda a comunidade

³ As informações históricas e os dados numéricos estão disponíveis em <http://comunidade.cancaonova.com/tv-cancao-nova/> acesso em maio de 2009.

Canção com a missão de evangelizar nos meios de comunicação. A Canção Nova teve origem na cidade de Lorena (SP) e, atualmente, sua sede está localizada em Cachoeira Paulista (SP). Além disso, a comunidade possui 15 casas de missão distribuídas pelos estados da Bahia, Ceará, Distrito Federal, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Sergipe e Tocantins e mais três casas de missão nos seguintes países: Estados Unidos, França e Portugal.

A proposta de uma comunidade como a Canção Nova é reunir pessoas que decidem se dedicar ao serviço da evangelização nos mais diversos estados de vida: sacerdotes, casados, solteiros e celibatários. Com propostas semelhantes, grande número de comunidades de vida surgiram pelo país como a Shalom, fundada em 1982 em Fortaleza-CE; e a Obra de Maria, criada há 20 anos em Recife, que se estabeleceram como relevantes expressões contemporâneas do catolicismo carismático brasileiro.

Com o intuito de evangelizar na mídia, a Canção Nova fundou os seus próprios veículos de comunicação, que deram origem ao Sistema Canção Nova de Comunicação que hoje conta com: emissora de televisão, rádio, revista e portal na internet. A atuação da Canção Nova como comunidade e como expressão do catolicismo serve de pauta para o Sistema de Comunicação.

A entidade mantenedora tanto da sede da comunidade Canção Nova, como de suas casas de missão e do Sistema de Comunicação é a Fundação João Paulo II. De caráter filantrópico, a Fundação João Paulo II tem como principal fonte de renda as doações feitas mensalmente pelos sócio-colaboradores da Canção Nova.

Outra fonte de renda é a atuação da fundação na promoção de eventos e no segmento de produtos católicos. Os eventos realizados pela fundação são os acampamentos de oração que acontecem na Canção Nova durante os finais de semana e que chegam a atingir em torno de 70 mil pessoas. Já no setor de marketing católico são produzidos, distribuídos e vendidos produtos pelo Departamento de Audiovisuais (DAVI). São comercializados livros, CDs, DVDs, fitas k7 e VHS, roupas, acessórios, artigos infantis e de livraria, a maioria com apelo religioso ou com a marca da Canção Nova.

Além disso, a Fundação João Paulo II mantém diversas obras sociais nas áreas da saúde, educação e cultura. Dentre tais projetos estão o posto médico Padre Pio, a Casa do Bom Samaritano, que presta serviços de resgate da cidadania e reintegração social; o projeto de acompanhamentos especiais para surdos e

formação de intérpretes que trabalham na transmissão de televisão dos eventos da Canção Nova, o projeto de formação humana e profissionalizante, a Companhia das Artes e o Instituto Canção Nova, que desenvolve um trabalho de formação e didática e cultural.

Dentro desse contexto, a atuação da Canção Nova como comunidade se confunde com a atuação da Canção Nova como sistema de comunicação. Organizado numa lógica de interdependência, o fazer religioso e o fazer midiático da Canção Nova se hibridizam ao ponto de ser difícil saber onde cessa a ação da comunidade religiosa e em que ponto inicia a produção midiática do sistema de comunicação. Dessa forma, alguns membros da comunidade na sua atuação de missionários midiáticos também se constituem como apresentadores de televisão, comunicadores de rádio, artistas da música e escritores.

4.1.1 Sistema Canção Nova de Comunicação

O início do “Sistema Canção Nova de Comunicação” deu-se com a fundação da rádio Canção Nova, em 1980. Inicialmente, o sinal da rádio só atingia algumas cidades do Vale do Paraíba. A partir de 1995, a rádio Canção Nova passou a operar via satélite para todo o Brasil. Dessa maneira, foi criada a “Rede Canção Nova” de Rádio, na qual 22 rádios, de 12 estados diferentes, retransmitem total ou parcialmente a programação da rádio de Cachoeira Paulista, que também pode ser ouvida via internet. Os programas da rádio são de caráter evangelizador, educativo e de utilidade pública. Com esse histórico, a Canção Nova passou a se estabelecer dentro do cenário das rádios católicas do país de maneira sólida e até hoje é referência no setor.

Já a TV Canção Nova foi fundada no dia 8 de dezembro de 1989, também na sede da comunidade, em Cachoeira Paulista. Atualmente a rede possui três produtoras (Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília) mais de 500 retransmissoras, três geradoras e pode ser sintonizada por antenas parabólicas, TV por assinatura, satélite e via internet. O sinal internacional da TV Canção Nova abrange todo o continente americano, Europa Ocidental, Oriente Médio e norte da África. A grade de programação oferecida abrange diferentes gêneros e formatos, incluindo

espiritualidade, jornalismo, programas infantis, eventos, entrevistas, debates, música, entretenimento, cultura e programas promocionais e caracteriza-se pela não veiculação de intervalo comercial. Dentro do contexto das demais emissoras de televisão católicas do Brasil,⁴ a TV Canção Nova, não representa um histórico de pioneirismo, pois em 1982 a associação responsável pela TV Século 21 já produzia programas religiosos que eram veiculados em espaços pagos de outros canais.

A revista Canção Nova tem periodicidade mensal e é distribuída gratuitamente para todos os sócios. Assim como os demais veículos, a revista também não apresenta anúncios publicitários.

4.1.2 Portal cancaonova.com

Por se tratar da unidade de análise da presente pesquisa, daremos maior ênfase aqui para a mídia mais avançada tecnologicamente do Sistema Canção Nova de Comunicação, o seu portal na internet. O Portal Canção Nova foi criado no ano de 2000 e já se configura como um dos maiores *sites* católicos do mundo em número de acessos. Em rápida observação comparativa com *sites* e portais de demais comunidades de vida e emissoras de televisão católicas já citadas neste texto, percebemos que o portal cancaonova.com é o que apresenta mais possibilidades interativas e diversidade de conteúdo.

A primeira experiência da comunidade na internet foi no ano de 1995, com o domínio www.cancaonova.org. O objetivo desse primeiro site era apenas de disponibilizar na internet os conteúdos informativos e formativos da TV e da Rádio Canção Nova. Atualmente, o portal é produtor de conteúdo informativo e formativo específico para internet e oferece *links* com formação humana e espiritual, palestras, eventos, shopping, bate-papo, notícias, além de investir em ferramentas da *web 2.0* como a *WEBTV*, os *Blogs*, a *Gente de Fé*, o *Mobile*, o *Wiki*⁵ e o *Podcast*.

⁴ As demais emissoras de televisão católicas do Brasil são: Rede Vida, TV Século 21, TV Aparecida, TV Milícia da Imaculada, TV Nazaré, TV Horizonte e TV Rio Claro, conforme Sierra Gutierrez (2006).

⁵ *Mobile* é uma ferramenta que permite a transmissão de conteúdo pelo celular, palmtops e iPods. O *Gente de Fé* é um site de relacionamento da Canção Nova e o *WikiCN* é uma enciclopédia virtual colaborativa sobre a Canção Nova.

4.2 Definição do *corpus* de pesquisa

Com vistas a dar conta dos objetivos traçados para a presente pesquisa, consideramos como *corpus* de análise o conteúdo dos 32 canais presentes no *menu* da página inicial do portal. A página inicial do portal é formada basicamente por destaques de conteúdo de alguns destes canais.

Na busca de alcançar um dos objetivos específicos do trabalho, que visa mapear a ocorrência das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas no portal, foi realizada uma primeira exploração nos canais para selecionar apenas aqueles que podem melhor contribuir para análise proposta.

A partir dessa primeira pesquisa exploratória, optamos por desconsiderar 15 canais neste estudo. Os canais Casas de Missão, Calendário Católico, Imprensa e Sites Católicos foram desconsiderados por trazerem conteúdo formado basicamente de *links* para outras páginas na internet, informações sobre as equipes responsáveis pelos serviços e seus contatos. Já os canais Clube, Editora, Porta-a-Porta e Shopping não foram considerados na pesquisa pelo fato de se limitarem a questões mercadológicas como vendas e doações. Os canais Galeria de Imagem, Homilia Diária, Mensagem do Dia, Santo do Dia, Rádio FM e Vocação foram desconsiderados pelo fato de serem também *links* presentes no interior de outros canais do menu. O canal Chat foi desconsiderado por estar em manutenção.

Dessa forma, o *corpus* de pesquisa ficou constituído por 16 canais analisados, objetivando a identificação da ocorrência e da afetação das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas. Os canais que formam o *corpus* são: Fundador, Quem Somos, Blogs, Entrevistas, Eventos, Formação, Gente de Fé, *Kids* e *Tweens*, Liturgia Diária, *Mobile*, Música, Notícias, Rádio AM, TV Canção Nova e *WebTV*.

4.3 Etapas do Estudo de Caso

O estudo de caso foi realizado em duas etapas. A primeira etapa se ocupa da exploração das práticas católicas e análise das suas modificações na internet. Para tanto, foi realizada uma exploração no portal com vistas a mapear a ocorrência e o funcionamento das práticas católicas de formação, liturgia e oração. Cada uma dessas práticas é tomada a partir das suas referências histórico-reais considerando, respectivamente: formação, como sendo o conhecimento relativo a temáticas condizentes com os valores cristãos; a liturgia como dizendo respeito ao conjunto de ritos, símbolos e regras de uma celebração religiosa pré-definida e a oração como sendo o diálogo com Deus através de súplicas e pedidos de intercessão por intermédio de santos ou de outros fiéis.

O próximo passo da primeira etapa metodológica consistiu em, a partir da exploração, identificar as modificações que as potencialidades das redes digitais alavancam nas práticas católicas analisadas. Com a identificação dessas modificações, o passo seguinte foi definir categorias para que tais práticas modificadas fossem classificadas enquanto práticas católicas midiáticas.

Já a segunda etapa metodológica, preocupou-se em identificar as lógicas comunicacionais presentes no portal e analisar a afetação existente entre elas. Nessa etapa, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com os responsáveis pelo desenvolvimento técnico e de conteúdo do portal cancaonova.com sobre as lógicas de produção que regem seus trabalhos e sobre as possibilidades interativas do portal. Com base nessas respostas e nas categorias de práticas católicas midiáticas foi possível identificar as formas de afetação entre a lógica comunicacional católica e a lógica comunicacional midiática.

A escolha dos respondentes foi não aleatória e intencional, fazendo a opção por informantes-chaves, capazes de fornecer as melhores informações para a pesquisa. Assim, foram entrevistados três membros da Canção Nova que desempenham cargo de gerência no Departamento de Tecnologia da Informação, setor responsável pelo portal. A decisão pela entrevista semi-estruturada como instrumento de coleta de dados é baseada em Marconi e Lakatos (1996, p. 84) que afirmam ser a entrevista semi-estruturada adequada para a averiguação de fatos, por dar liberdade de resposta ao entrevistado e de sondagem ao investigador.

A etapa exploratória foi organizada sob uma perspectiva da sociotécnica. Esta opção foi escolhida por entendermos que o processo de mediação acontece quando as lógicas midiáticas se inserem no interior das práticas de um campo social, ou seja, acreditamos que o mapeamento das práticas católicas presentes no portal já nos possibilita o levantamento de dados com as características necessárias para a leitura da afetação das lógicas. Como o foco no nosso estudo é essa afetação entre a mídia e as práticas religiosas, a coleta e a análise dos dados também se inserem na mesma postura que entende o valor das possibilidades tecnológicas na sua apropriação pelo fazer social. Nesse sentido, o estudo não se prende à descrição das características da *web 2,0* em si, mas das suas relações com as práticas católicas aqui estudadas.

A escolha das práticas católicas consideradas nesse estudo é justificada com base no documento de Santo Domingo publicado em ocasião da IV Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe, que, no número 143, elenca as características da identidade da Igreja como: devoção à Eucaristia, devoção à Santíssima Virgem, obediência ao papa e a devoção à Palavra de Deus lida na Igreja. Entendemos que as práticas da formação, liturgia e oração podem ser consideradas representativas dessas características, na medida em que se prestam para movimentar tais sentidos e, conseqüentemente, constituem-se em práticas representativas da atuação católica.

A coleta de dados na segunda etapa da metodologia foi feita através de uma entrevista semi-estruturada, que objetiva originar respostas capazes de darem origem a tipificação mais detalhada das lógicas católicas e midiáticas imbricadas no portal. Os dados coletados na segunda fase da metodologia servem de embasamento para analisar o processo de afetação das lógicas presentes nas práticas mediadas da Canção Nova no portal cancaonova.com.

Ao entendermos aqui que os objetivos específicos de uma pesquisa estão alinhados com os passos do processo que objetivam responder à problemática em questão, apresentamos no Quadro 1 a relação entre as etapas metodológicas propostas e os objetivos do trabalho.

Objetivo específico	Etapa Metodológica	Técnica utilizada
Mapear a ocorrência e o funcionamento das práticas católicas no portal cancaonova.com .	Fase exploratória	Observação (<i>on line</i>)
Identificar a presença de afetação das lógicas comunicacionais católicas e midiáticas nas práticas midiáticas da Canção Nova na internet.	Análise das práticas católicas midiáticas e das lógicas comunicacionais.	Observação (<i>on line</i>)
		Entrevista presencial com os responsáveis técnicos e de conteúdo do portal na sede da Canção Nova em Cachoeira Paulista

Quadro 1 – Relação entre objetivos, etapa metodológica e técnicas utilizadas.

4.4 Primeira etapa metodológica: pesquisa exploratória

Como primeira etapa da metodologia, passamos agora à descrição da exploração feita no portal, objetivando identificar as três práticas católicas consideradas nesse estudo: formação, liturgia e oração. Como *corpus* de análise, tomamos os seguintes canais do portal: Fundador, Quem Somos, Blogs, Entrevistas, Eventos, Formação, Gente de Fé, *Kids e Tweens*, Liturgia Diária, *Mobile*, Música, Notícias, Rádio AM, TV Canção Nova e *WebTV*.

Para maior clareza, as descrições são feitas respeitando a divisão do conteúdo por canais, com vistas a conseguir um mapeamento mais efetivo e com a localização das práticas católicas de forma mais precisa. O mapeamento é apresentado através de recortes das páginas do portal que entendemos como representativas das modificações encontradas.

4.4.1 Canal Fundador

Este canal é dedicado à biografia e ao pensamento do fundador da Canção Nova, Monsenhor Jonas Abib. Traz informações sobre a sua vida pessoal, o seu trabalho como sacerdote além de artigos e pregações de sua autoria.

The screenshot shows the layout of the 'Canal Fundador' website. On the left is a vertical navigation menu with links such as 'Vida e pensamento', 'Mensagens do dia', 'Palavra do mês', 'O que dizem dele', 'Aniversário', 'Números', 'Discografia', 'Pregações', 'Livros', 'Artigos', 'Informativos', 'Fotos', 'Para download', 'Mobile', and 'Fale com o Monsenhor'. The main content area is divided into several sections: 'Mensagem do dia' (dated 27/11/2009) with a featured article 'Você vive a dependência de Deus?'; 'Baixe Pregação' with three MP3 links: 'À espera do milagre', 'Peso de Santidade', and 'Deixe o que era velho para trás! Siga em frente!'; 'Formação' with a link 'Renovados pelo fogo de pentecostes - Mons. Jonas Abib'; 'Livros' with 'A bíblia no meu dia-a-dia'; 'Discografia' with 'Letras, cifras e Áudios de Padre Jonas'; 'PodPalestras' with 'Frutos do Espírito Santo - Mons. Jonas Abib'; 'Palestras' with 'Resgatados para resgatar'; and 'Galeria' with 'Fotos revelam a história de Padre Jonas'. On the right is a vertical banner for 'Monsenhor Jonas Abib' with the text 'Assine o canal e receba mensagens diárias no seu celular' and a photo of Monsenhor Jonas Abib.

Figura 2 – Layout do canal Fundador em 28 de novembro de 2009.

No canal Fundador, podemos observar que a oração é possível, mesmo não existindo nenhuma seção especificamente direcionada para tal prática, pois os espaços abertos para o fiel deixar a sua opinião são transformados em espaços de oração. Um exemplo disso é o *link* “Fale com monsenhor Jonas” que, além de ser utilizado para o envio de recados, é utilizado também como meio de envio de pedidos de oração. Parece que a própria figura do fundador da comunidade Canção Nova já é um elemento que remete o fiel à prática religiosa.

No que diz respeito à prática da formação a exploração nos permite dizer que ela está espalhada por todo o canal, nos *links* Eucaristia, Sacerdócio, Mensagens do dia, Palavra do mês. Todos estes espaços trazem textos e arquivos de áudio com pregações, artigos e trechos de livros do Pe Jonas.

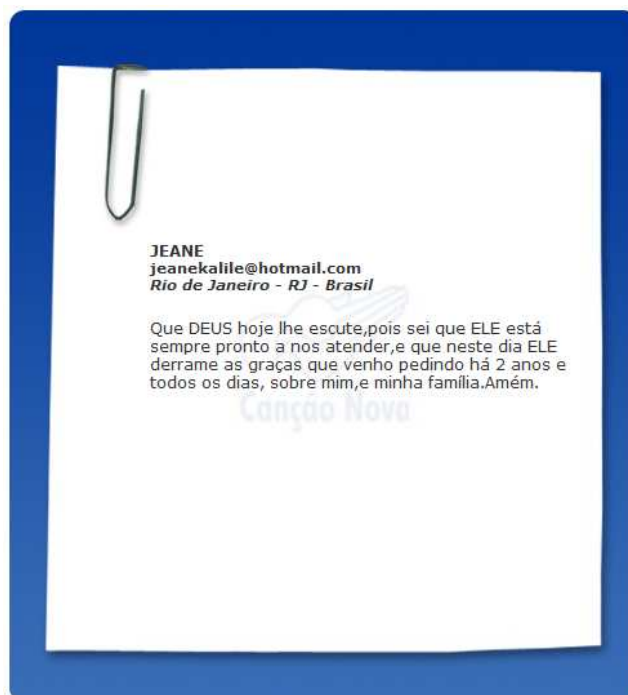


Figura 3 – Oração no *link* “Fale com monsenhor Jonas Abib” no canal Fundador em 28 de nov. 2009.

Mensagem do dia A- A+

Segunda-Feira, 30 de novembro 2009

Eis o tempo da Salvação!

Quando o Senhor vier na glória, você viverá na Terra Nova. Você é convidado a fazer parte desta nova humanidade – onde os Céus verão a obra de Deus, onde veremos e aplaudiremos a obra de Deus, que será maravilhosa.

Veremos que a obra do Todo-poderoso será muito mais gloriosa ainda com a redenção de Jesus. E o Senhor quer que estejamos nesta Terra Nova, nesta humanidade nova, onde será tudo diferente.

A vinda do Senhor está cada dia mais próxima. A glória virá, mas agora é o momento de nos fortalecermos no Senhor, pois já fomos enganados demais. Você não pode mais ser levado pelo inimigo, uma vez que ele quer nos destruir e enganar.

É a hora da graça! É o tempo da salvação. A salvação está ao nosso alcance. O que nos aguarda é UM CÉU NOVO E UMA TERRA NOVA, para onde estamos caminhando. Por isso não podemos desanimar. Estamos indo para lá e precisamos levar uma multidão de irmãos.

Se as mulheres se unirem poderão levar seus maridos, filhos, pais, irmãos, para Céus Novos e Terra Nova. Aguenta firme, minha filha! Aguenta firme, meu filho!

Deus o abençoe!

Seu irmão,

Monsenhor Jonas Abib

..: [Receba mensagens no celular](#)

..: [Faça parte do grupo: "Monsenhor Jonas Abib"](#)

..: [Ouça as pregações de Monsenhor Jonas](#)

..: [Conteúdo acessível também pelo iPhone](#)

Figura 4 – Formação no *link* “Mensagem do dia” do canal Fundador. Em 30 de nov. de 2009.

O *link* Pregações traz conteúdos de cunho formativo, explorando temas de catequese, formação humana e formação moral, além de apresentar também práticas litúrgicas, como homilias. As mesmas práticas de formação e liturgia também são encontradas no *link* Informativo do canal Fundador. Como o próprio nome já sugere, todos os materiais encontrados no canal são de autoria do Pe. Jonas, garantindo a ele grande grau de visibilidade no portal.

Os únicos conteúdos disponibilizados no canal e que dizem respeito a outras pessoas que não ao fundador são elementos litúrgicos como áudios da proclamação de leituras bíblicas feitas normalmente pelo diácono e salmos, que são cantados por outros membros da Canção Nova durante as missas.



[Ouça: Salmo 21 cantado por Márcio Todeschini](#)

Márcio Todeschini

Diác. Nelsinho

[Ouça: Proclamação do Evangelho da "Paixão de Cristo" por diácono Nelsinho Correa](#)

O povo havia acreditado em Jesus, mas outros do povo não haviam aceitado, seus corações não acolheram, estavam cegados pelo pecado.

Nós pensamos que o pecado é simplesmente uma desobediência às Leis de Deus, como muitos desobedecem às leis de trânsito.

Bênçãos dos ramos com padre Jonas Abib

[Ouça trecho dessa homilia](#)

Figura 5 – Liturgia no *link* "Informativo" do canal Fundador. 30 de novembro de 2009.

4.4.2 Canal Quem somos

O canal Quem Somos nós é o espaço reservado para a comunidade Canção Nova explicar as razões da sua existência e justificar as suas formas de atuação. O canal traz informações sobre os modos de funcionamento da Canção Nova, suas atividades e a atuação de seus membros, dando ênfase para informações sobre a vida em comunidade.

Especialmente em comemoração ao reconhecimento pontifício, adquirido pela Canção Nova no ano de 2008, o canal apresenta layout e *links* celebrativos. O destaque dado para tal fato no portal é devido à relevância desse reconhecimento, conseguido após trinta anos de fundação, o que significa a aceitação dos estatutos da Canção Nova pela Santa Sé



Figura 6 – *Layout* do canal Quem Somos. Em 30 de novembro de 2009.

Não há a presença de práticas religiosas no canal Quem Somos. Apesar da existência do *link* formação, esse não é destinado a conteúdo formativo como o encontrado nos demais canais do portal. Como o canal Quem Somos trata do

funcionamento da Canção Nova, tal *link* traz explicações sobre o sistema de formação continuada existente para os membros da comunidade.

4.4.3 Canal Blogs

O canal Blogs abriga um universo de 138 blogs. Os responsáveis por esses blogs são membros da comunidade Canção Nova e alguns setores da comunidade ou do seu Sistema de Comunicação.

Dessa forma, há blogs sobre as atividades das casas de missão da Canção Nova espalhadas pelo mundo, blogs do departamento de jornalismo, blog de tecnologia da informação, além dos inúmeros blogs de membros da comunidade que são apresentadores de televisão, cantores, escritores, comunicadores de rádio dentre outros.



Figura 7 – *Layout* do canal Blogs em 1 de dezembro de 2009.

Neles, a maioria dos textos é de caráter religioso ou com conteúdos de formação humana e moral. Tal fato nos possibilita afirmar que a prática da formação é amplamente explorada no canal Blogs.

Por quem sua vida tem sido regida?

By gravata

nov 30

Por quem sua vida tem sido regida?

Há muitas pessoas que, por ignorância, fazem uso de falsas ideologias e consultam seitas para se direcionar no trabalho, na vida sentimental e até nas mais importantes decisões.

Precisamos cada vez mais colocar a nossa confiança, fé e esperança no Deus vivo e verdadeiro, buscando instruções contidas na Sua Palavra, fonte de vida eterna. Precisamos nos alimentar dela para nos orientar em tudo o que formos realizar. Nela está a nossa vida, a nossa orientação e o nosso amparo:

“Eu te expus meus caminhos e me respondeste; ensina-me teus estatutos. Ando curvado pela tristeza; levanta-me conforme tua Palavra. Não me afasto de tuas normas, porque és tu que me instruis” (Sl 119,26.28.102).



Figura 8 – Formação no Blog “Gratava-PE” em 01 de dezembro de 2009.

Da mesma forma, a prática da oração também é freqüente e pode ser encontrada de duas maneiras. Além de alguns *posts* dos blogs abordarem a temática de orações e novenas, notamos também que os espaços de comentários das postagens são utilizados como meio de envio de pedidos de oração.

Nossa Senhora das Graças, levai a Deus nossos pedidos!

novembro 27th, 2009

Súplica a Nossa Senhora das Graças

Ó Imaculada Virgem Mãe de Deus e nossa Mãe, ao contemplar-vos de braços abertos derramando graças sobre os que vo-las pedem, cheios de confiança na vossa poderosa intercessão, inúmeras vezes manifestada pela Medalha Milagrosa, embora reconhecendo a nossa indignidade por causa de nossas inúmeras culpas, acercamo-nos de vossos pés para vos expor, durante esta oração, as nossas mais prementes necessidades (**momento de silêncio e de pedir a graça desejada**).

Concedei, pois, ó Virgem da Medalha Milagrosa, este favor que confiantes vos solicitamos, para maior Glória de Deus, engrandecimento do vosso nome, e o bem de nossas almas. E para melhor servirmos ao vosso Divino Filho, inspirai-nos profundo ódio ao pecado e dai-nos coragem de nos afirmar sempre como verdadeiros cristãos. Amém - (Rezar 3 Ave Marias) - Ó Maria concebida sem pecado, rogai por nós que recorremos a vós.

Figura 9 – Oração no Blog “Ana Néri” em 01 de dezembro de 2009.

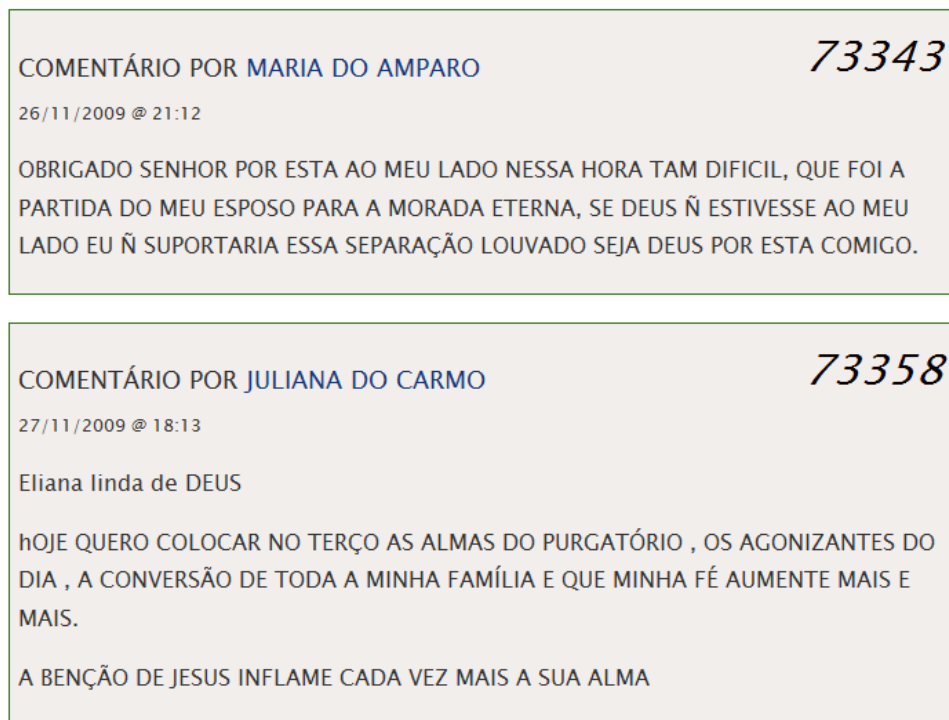


Figura 10 – Oração no espaço de comentários no Blog “Eliana Sá” em 01 de dez de 2009.

Na observação da prática da oração através dos espaços interativos, como as janelas de comentários dos blogs, notamos que não há um caráter conversacional entre os registros escritos das orações dos fiéis. Mesmo havendo a possibilidade de uma oração comunitária, construída através dos comentários de vários fiéis e motivada pela temática do texto publicado no blog, o que se encontram são apropriações individuais do conteúdo. É interessante perceber que as orações realizadas pelos fiéis são feitas como o registro de uma prece, pedindo auxílio de intercessão ao autor do blog por determinada causa ou dirigindo-se diretamente ao santo ao qual se refere o texto.

4.4.4 Canal Entrevistas

O canal entrevistas é formado por arquivos de textos, vídeos e áudios com entrevistas variadas e se presta especificamente para a prática da formação.

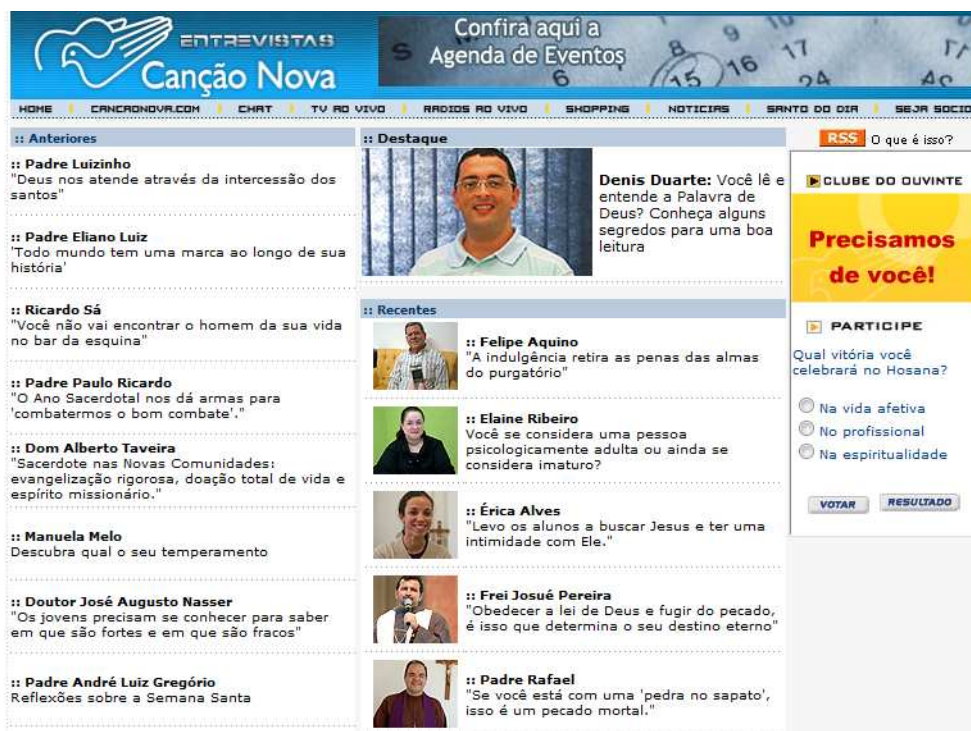


Figura 11 – *Layout* do canal Entrevistas em 30 de novembro de 2009.

As entrevistas são realizadas com padres, autoridades em assuntos de Igreja, profissionais de diversas áreas e membros da comunidade Canção Nova. Por apresentarem temáticas diversas com enfoque em valores cristãos e morais e em questões religiosas, consideramos que a maior parte do conteúdo do canal Entrevista tem caráter formativo.

4.4.5 Canal Eventos

É formado por informações e pela cobertura *online* dos eventos promovidos pela Canção Nova e de grandes eventos do mundo católico. Há também um espaço para os próprios fiéis enviarem materiais como textos, fotos e vídeos sobre os eventos realizados em suas paróquias.

Os maiores destaques ficam por conta da cobertura dos “Acampamentos de Oração”, que são encontros de cunho religioso promovidos pela Canção Nova na sua sede em Cachoeira Paulista durante os finais de semana.

» Entrevista com Fabiana Azambuja



Fabiana Azambuja

Planejamento Natural Familiar: uma escolha por qualidade de vida

"Pela sua estrutura íntima, o ato conjugal, ao mesmo tempo que une profundamente os esposos, torna-os aptos para a geração de novas vidas, segundo leis inscritas no próprio ser do homem e da mulher. Salvaguardando estes dois aspectos essenciais, unitivo e procriador, o ato conjugal conserva integralmente o sentido de amor mútuo e verdadeiro e a sua ordenação para a altíssima vocação do homem para a paternidade" (Humane Vitae).

Gerar uma nova vida é uma alegria, mas também constante motivo de preocupação dos pais. Preocupada com os meios artificiais usados pelos casais na prevenção e programação da gestação, a Igreja recomenda métodos naturais que utilizam da própria natureza fisiológica do homem e da mulher para que o casal possa planejar a sua família. No entanto, os métodos naturais vão muito além da prevenção, eles contribuem para que a mulher tenha um melhor conhecimento de seu corpo e favorece a harmonia e o diálogo entre os casais.

Uma forma conhecida de regulação natural da natalidade é o Método de Ovulação Billings (MOB). Instrutora desse método há 8 anos, a missionária Fabiana Azambuja, mãe de 3 filhos (grávida do terceiro) explica as vantagens que essa prática traz para a mulher e os benefícios dela para a vida harmoniosa do casal.

cancaonova.com: Por que a Igreja Católica recomenda o uso do Método de Ovulação Billings para o planejamento familiar?

Fabiana Azambuja: Existe um documento que é importante citar quando se fala dos métodos naturais, que é a Encíclica do Papa Paulo VI, de 1974 (ainda muito atual), que se chama *Humanae Vitae* (em português "Da vida humana"). Nele, o Sumo Pontífice fala sobre a regulação da natalidade, porque a Igreja vê os casais livres e responsáveis com a criação. Nesse documento, a Igreja olha o homem de forma global, não vê a pessoa humana apenas fisiologicamente, mas também emocional e espiritualmente.

Figura 12 – Formação no canal Entrevista. 30 de novembro de 2009.

Os acampamentos são de relevada importância para o Sistema Canção Nova de Comunicação porque, além de receberem cobertura *online*, também são constituintes da grade de programação da TV Canção Nova durante o final de semana, recebendo transmissão quase integral de sua programação. Para tanto, a Canção Nova conta com uma estrutura de grandes pavilhões com capacidade para milhares de pessoas e que são equipados como grandes estúdios de televisão.

A cobertura dos eventos no portal cancaonova.com é feita, na maioria das vezes, por meio de texto e foto, podendo apresentar áudio e vídeo esporadicamente.

The screenshot shows the website layout for 'Canção Nova Eventos'. At the top, there is a blue header with 'Mapa do site' and 'Fale conosco' on the left, and a search bar with 'Busca' and 'Pregador' on the right. Below the header is the logo for 'Canção Nova Eventos' and a large image of a calendar page. The main content area is divided into several sections:

- Home**: A vertical menu on the left with links like 'CoBERTuras online', 'Agenda Canção Nova', 'Calendário católico', etc.
- Próximo**: A section featuring a portrait of a man and the headline 'Relíquias de Dom Bosco' with the subtext 'Urna de Dom Bosco visita a Canção Nova em dezembro' and a link 'Cobertura online: Confira'.
- Outros destaques**: A section with three sub-sections: 'Acampamento de Ano Novo', 'Sou repórter CN na minha comunidade', and 'Programa 'Faça você mesmo''.
- Agenda Canção Nova**: A vertical list of dates and locations, including '04/12/2009 a 06/12/2009 Cachoeira Paulista - São Paulo - Brasil' and '11/12/2009 a 11/11/2009 Londrina - Paraná - Brasil'.
- Coberturas**: A section at the bottom with dates and topics like '29/11/2009 - Kairos' and '26/11/2009 - Quinta-feira de Adoração'.
- Calendário católico**: A section on the right with links for 'Cadastre seu evento' and 'Eventos por estado'.

Figura 13 – Layout do canal Eventos, 1 de dezembro de 2009.

Em relação às práticas católicas, o canal Eventos apresenta a formação, a liturgia e a oração espalhadas pelo seu conteúdo. A prática da formação é a que mais se destaca. Isso porque a maior parte do conteúdo consiste em matérias e transcrições de pregações e trechos de palestras que fazem parte da programação dos eventos promovidos pela Canção Nova.

A prática da oração está presente no canal normalmente vinculada com a prática da formação através de vídeos, áudios e textos que complementam o tema tratado nas pregações, ou como cobertura de momentos já pertencentes a programação do evento.

A prática da liturgia pode ser observada pelas transcrições das homilias das missas dos eventos que recebem cobertura online.

III Canção Nova Sertaneja

A- A+

Deus nos chama em qualquer momento

 **Ouçã pregação na íntegra**

Deus nos chama em qualquer momento da nossa vida, tanto no momento de felicidade, mas muito de nós não ouvimos Deus pelo amor. E as vezes não aceitamos Deus no momento de fraqueza, porque não acreditamos na misericórdia de Deus.

Hoje tenho depressão, fiz uma consulta com um psiquiatra, agora vou aposentar, eu montei 20 anos, e 6 anos eu vivi momento de recuperação, em hospitais, na fisioterapia, de forma debilitada. Fiquei 3 meses alejado da mão, me desesperei por que o médico disse que não iria mais montar, mais graças Deus fui curada.

Eu tenho momento de trizeza profundas, tenho momentos profundos de angustia, mas o que aprendi aqui na Canção Nova, foi depender da misericórdia, não sou digno do que tenho, e nem o que sou, eu não mereço que Deus morra na cruz por mim, mas na misericórdia de Deus somos chamados a salvação.

A misericórdia é mais profunda que as leis, a misericórdia de Deus é insondavel. Deus espera, Deus tem o momento exato.



Adriano Moraes

Foto: Wesley Almeida

Figura 14 – Formação no canal Eventos em 1 de dezembro de 2009.

Acampamento de Oração

A- A+

Reze por suas causas impossíveis

"Porque a Deus nada é impossível" (Lucas 1, 37). Se você está passando por uma situação difícil em sua vida e não pode mais lutar com suas forças, que tal colocar as suas intenções nas mãos do Pai?

Entre os dias 13 e 15 de novembro, a Canção Nova realiza na sua sede, em Cachoeira Paulista (SP), o Acampamento de Oração "Nosso Deus é o Deus do impossível". Com a participação de Frei Josué Pereira, ministeriado em Cura e Libertação; Neil Velez, fundador do ministério "Missionários de Jesus Internacional"; e Flavinho, cantor e missionário; o evento vai contar com palestras, adoração e muito louvor.

Para se preparar para este momento, o padre André Luiz convida você, internauta, a rezar pela cura das suas causas impossíveis. Confira:



★★★★★

YouTube

Figura 15 – Oração no canal Eventos em 01 de dezembro de 2009.

Somos os primeiros herdeiros

O sertanejo é um povo de muita fé, eles nunca começam um rodeio sem antes orar e pedir a Deus a proteção e a intercessão de Nossa Senhora. Uma oração simples que brota do coração do povo da roça, coisas que não vemos mais nas cidades grandes. Celebramos Missa em muitos lugares e tenho percebido a graça de Deus acontecendo abundantemente neste Brasil, graças e bênçãos a todos que a clamam. Nós somos herdeiros do Senhor, somos filhos e ninguém pode tomar posse daquilo que é nosso.

Veja, por exemplo, a luta que temos nós padres para que os fiéis leiam a Bíblia e eles ainda não lêem. Muitos de nós católicos abandonamos a Sagrada Escritura no armário.

As nossas Missas, graças a Deus, estão bem lotadas e na hora de ir embora, sempre falo aos meus fiéis cristãos, que levam a Bíblia debaixo do braço, testemunharem que 'somos cristãos', 'somos os primeiros'. Deus está fazendo maravilhas em todos e Ele começa pela limpeza de nosso coração. Deus está derramando seu Espírito Santo, Ele tem derramado suas graças, e diante do poder de Deus como você pode ficar parado e desanimado?



Figura 16 – Liturgia no canal Eventos em 1 de dezembro de 2009.

4.4.6 Canal Formação

Canal reservado para a prática da formação que se apresenta em texto, imagem, áudio e vídeo.

The screenshot shows the 'Canção Nova' website interface. At the top, there is a logo for 'Canção Nova' and a search bar. Below the logo, there are navigation tabs for 'HOME', 'SEU ESPAÇO', 'FORMAÇÃO', and 'MULTIMÍDIA'. The main content area features a featured article titled 'Jesus, um novo Moisés' with a landscape image and a sub-headline 'Por trás das palavras, sempre uma descoberta'. Below this, there is a 'TAGS' section with keywords like 'Quaresma', 'cancaonova', 'amizade', 'Canção Nova', 'namoro', 'Espiritualidade', 'Relacionamento', and 'formação'. A 'Mais acessados' section lists several articles with their dates and titles, such as '23-11-2009 - As sete faces do amor' and '25-11-2009 - É o amor que humaniza a sexualidade'. On the right side, there is a 'Multimídia' section with links to 'Descansar na Palavra de Deus', 'Fazer tudo com amor', 'A Intercessão dos Santos', and 'Você já sofreu humilhação?'. At the bottom right, there is a 'Seu espaço' section.

Figura 17 – Layout do canal Formação em 2 de dezembro de 2009.

As temáticas abordadas neste canal variam entre temas religiosos, formação humana e moral. O canal apresenta materiais exclusivos da autoria de padres, membros da Canção Nova autoridades em assuntos da Igreja e fiéis que compartilham seus textos através da seção colaborativa Seu Espaço.

No canal formação, não foram encontrados indícios que se configurassem como práticas de liturgia e oração.



Figura 18 – Formação no canal Formação em 2 de dezembro de 2009

4.4.7 Canal Gente de fé

O canal Gente de Fé é a rede de relacionamento virtual da Canção Nova que, como as outras redes de relacionamento da internet, possibilita a interação entre os seus membros através da criação de rede de amigos, envio de mensagens, criação de grupos temáticos.⁶ Como diferencial das demais redes social, o Gente de Fé permite que seus usuários criem blogs.

⁶ Os grupos temáticos do Gente de Fé são como as comunidades da rede social Orkut.

Figura 19 – Layout do canal Gente de Fé em 2 de dezembro de 2009.

Observando tais possibilidades do canal, notamos a presença das práticas de formação e de oração que se dão nas comunidades e nos blogs dessa rede social. A prática da formação acontece nos textos postados nos blogs.

Figura 20 – Formação no blog “Quem me segurou foi Deus” do canal Gente de Fé em 3 de dezembro de 2009.

Já a prática da oração só foi encontrada nos espaços de discussões dos grupos sobre temáticas específicas como santos, por exemplo. Essa prática ocorre de forma unilateral, o fiel usa o espaço de comentário apenas para registrar uma prece e não de forma conversacional em que os membros do mesmo grupo interagem motivados pela lógica da oração.

The image shows a screenshot of a Facebook group interface. At the top, there is a dark header with the text 'Rede do grupo' on the left and 'Ver tudo »' on the right. Below the header, it says 'Visualizando posts 1 até 5 (total de 34 posts)'. There is a pagination bar with numbers 1, 2, ..., 7, and a right arrow. The first post is from 'Cristiane' on Saturday, 28 November 2009, with the text: 'Santa Rita querida, intercedei pela união e paz nas nossas famílias!'. The second post is from 'NOEME CIRDÉIA VIEIRA' on Monday, 23 November 2009, with the text: 'ORAÇÃO DOS CASOS IMPOSSÍVEISÓH!SANTA RITA DE CÁSSIA TU QUE CONHECES OS NOSSOS PROBLEMAS ALIVIAI NOSSOS CORAÇÕES AMARGURADOS. NÃO CESSAREI DE LOUVAR-TE E GLORIFICAR-TE. STA RITA DE CÁSSIA ROGAI POR NÓS(FAZER O PEDIDO) REZAR 1 PAI-NOSSO E 3 AVE-MARIAS E PUBLICAR NO 3º DIA. OBSERVE O QUE ACONTECERÁ NO 4º DIA.'

Figura 21 – Oração no grupo “Santa Rita de Cássia” do canal Gente de Fé em 2 de dezembro de 2009.

4.4.8 Canal Kids e Tweens

Espaço reservado ao público infantil e adolescente, é basicamente formado pelos blogs dos programas de TV da grade infanto-juvenil da Canção Nova, que são: Cantinho da Criança, Amigos do Céu, Bem da Hora, Todo o dia é dia e Tô ligado.

Por apresentar todo o seu conteúdo no formato de blogs, o canal Kids e Tweens se caracteriza pela abordagem informal e pelas possibilidades interativas. As temáticas religiosas e de formação humana e moral cristã são apresentadas em diversos formatos e através de atividades lúdicas como jogos, brincadeiras, desenhos para colorir.



Figura 22 – Layout do canal Kids e Tweens em 3 de dezembro de 2009.

Em relação às práticas religiosas, o canal é formado basicamente por materiais de formação doutrinária e moral apresentada em texto, vídeo, áudio e atividades lúdicas.



Figura 23 – Formação no blog “Cantinho da Criança” no canal Kids e Tweens em 3 de dezembro de 2009.

A prática da oração aparece nos posts e comentários dos blogs.



Figura 24 – Oração em *post* do blog “Amigos do Céu” do canal Kids e Tweens em 3 de dez. de 2009.

Da mesma forma que nos outros canais, a prática da oração realizada através das janelas de comentários dos blogs acontece de forma unilateral, não gerando conversação entre os fiéis que ali registram as suas preces.

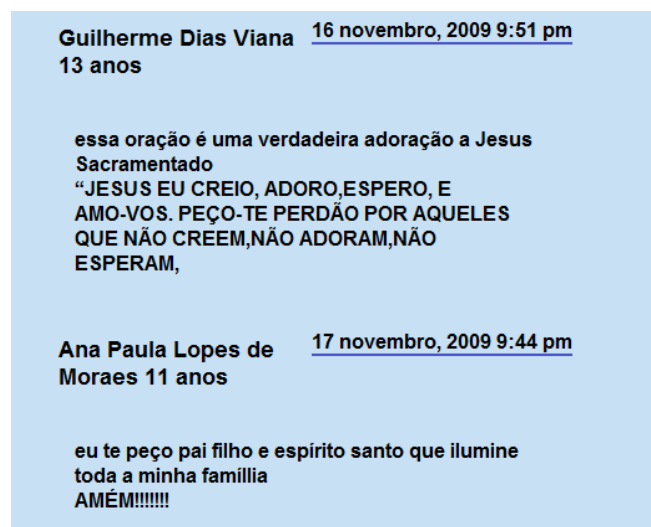


Figura 25 – Oração nos comentários do blog “Tô ligado” do canal Kids e Tweens em 3 de dezembro de 2009.

4.4.9 Canal Liturgia Diária

A liturgia é o conjunto pré-definido de símbolos e regras de uma celebração religiosa. O canal Liturgia Diária é a porção do portal que se dedica aos elementos de variação diária da missa, que são as leituras bíblicas de cada dia, a homilia diária, reflexões tecidas pelo padre sobre as leituras bíblicas e o santo celebrado em cada data.

Evangelho (Mateus 7,21.24-27)

Quinta-Feira, 3 de Dezembro de 2009
São Francisco Xavier

A- A+

— O Senhor esteja convosco!
— Ele está no meio de nós!
— Proclamação do Evangelho de Jesus Cristo + segundo Mateus.
— Glória a vós, Senhor!

Naquele tempo, disse Jesus aos seus discípulos: ²¹Nem todo aquele que me diz: "Senhor, Senhor", entrará no Reino dos Céus, mas o que põe em prática a vontade de meu Pai que está nos céus. ²⁴Portanto, quem ouve estas minhas palavras e as põe em prática, é como um homem prudente, que construiu sua casa sobre a rocha. ²⁵Caiu a chuva, vieram as enchentes, os ventos deram contra a casa, mas a casa não caiu, porque estava construída sobre a rocha. ²⁶Por outro lado, quem ouve estas minhas palavras e não as põe em prática, é como um homem sem juízo, que construiu sua casa sobre a areia. ²⁷Caiu a chuva, vieram as enchentes, os ventos sopraram e deram contra a casa, e a casa caiu, e sua ruína foi completa!"

Primeira leitura - Is 26,1-6
Salmo - Sl 117
Evangelho - Mt 7,21.24-27

LITURGIA DIÁRIA

D	S	T	Q	Q	S	S
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2

3

Figura 26 - Layout do canal Liturgia Diária em 3 de dezembro de 2009.

No canal, a prática da liturgia é possível de forma desmembrada pelo acesso às leituras diárias, homilias e santo do dia de maneira independente uma da outra. Dessa forma, mesmo sendo o canal específico sobre liturgia, não encontramos registro de celebrações litúrgicas completas. A missa não é apresentada na sua íntegra, com todos os seus ritos e elementos, o que encontramos são apenas fragmentos constituintes da celebração que são as leituras, homilias e o santo do dia.

OS DOIS ALICERCES Mt 7,21.24-27

Postado por: Padre Bantu Mendonça K. Sayla
dezembro 3rd, 2009

A+ A-

Jesus inicia este evangelho dizendo: "Nem todo aquele que diz Senhor, Senhor, entrará no Reino dos Céus".

Com essas palavras Ele quer nos alertar que devemos ser fiéis até o fim; que procuremos perseverar sempre nas Suas palavras e ensinamentos, todos os dias da nossa vida. Não basta dizer Senhor, Senhor. É necessário que consigamos cumprir a Sua vontade, através do nosso contato diário com tudo o que é de Deus, de maneira sincera e, segundo os seus ensinamentos. Quando Ele nos coloca as suas palavras é para nos despertar que é muito importante que fortifiquemos a nossa fé, através dos nossos atos de caridade com os irmãos e de piedade para com Ele. Somente aqueles que constroem a sua vida dia após dia; hora após hora, minuto a minuto e segundo a segundo, calcadas na sua Fé em Deus, certamente, se permanecerem até o fim, conseguirão o seu lugar reservado na casa do Pai. A casa sobre a rocha que Jesus usa como exemplo neste Evangelho (que a tempestade, as chuvas, os ventos impetuosos não conseguem derrubá-la, destruí-la) é a nossa vida que sendo construída com os alicerces da Fé em suas palavras, nunca se sentirá abalada pelos problemas, decepções, maldades, doenças e até pela morte; nada abalará as nossas estruturas, que estará repleta do amor de Deus; pois temos uma base sólida.

São Paulo nos fala em uma das suas cartas: "Quando me sinto fraco aí é que fico mais

Figura 27 – Liturgia no *link* "Homilia Diária" do canal Liturgia Diária em 3 de dezembro de 2009.

Apesar de ser um canal dedicado á pratica litúrgica, a prática da oração também é possível. Esta se dá através da ferramenta pedido de oração, a qual é destinada para o envio de intenções de orações para a Canção Nova, que se mostra como um auxílio de intercessão ao fiel pelas suas causas particulares.

"Pedi, e vos será dado" (Lucas 11,9)

A Canção Nova traz a oportunidade para você deixar aqui o seu pedido de oração, pois nós acreditamos no Deus que cumpre com a Sua Palavra: "Pedi, e vos será dado" (Lucas 11,9)

Escreva seu pedido:

Enviar Limpar

Figura 28 – Oração no canal Liturgia Diária em 3 de dezembro de 2009.

Também é possível rezar a partir dos textos e vídeos da página Santo do Dia, que diversas vezes finalizam o seu conteúdo com orações ou preces dirigidas aos santos.

São Francisco Xavier

3 de Dezembro

A- A+



A Igreja que na sua essência é missionária, teve no século XV e XVI um grande impulso do Espírito Santo para evangelizar a América e o Oriente. No Oriente, São Francisco Xavier destacou-se com uma santidade que o levou a ousadia de fundar várias missões, a ponto de ser conhecido como "São Paulo do Oriente". Francisco nasceu no castelo de Xavier, na Espanha, a 7 de abril de 1506, sofreu com a guerra, onde aprendeu a nobreza e a valentia; com dezoito anos foi para Paris estudar, tornando-se doutor e professor.

Vaidoso e ambicioso, buscava a glória de si até conhecer Inácio de Loyola, com quem fez amizade; e que sempre repetia ao novo amigo: "Francisco, que adianta o homem ganhar o mundo inteiro se perder a sua alma?" Com o tempo, e intercessão de Inácio, o coração de Francisco foi cedendo ao amor de Jesus, até que entrou no verdadeiro processo de conversão; o resultado se vê no fato de ter se tornado cofundador da Companhia de Jesus. Já como Padre, e empenhado no caminho da santidade, São Francisco Xavier foi designado por Inácio a ir em missão para o Oriente. Na Índia, fez frutuoso trabalho de evangelização que abrangeu todas as classes e idades, ao avançar para o Japão, submeteu-se em aprender a língua e os seus costumes, a fim de anunciar um Cristo encarnado. Ambicionando a China para Cristo, pôs-se a caminho, mas em uma ilha frente a sua nova missão, veio a falecer por causa da forte febre e cansaço.

Esse grande santo missionário entrou no Céu com quarenta e seis anos, e percorreu grandes distâncias para anunciar o Evangelho, tanto assim que se colocássemos em uma linha suas viagens, daríamos três vezes a volta na Terra. São Francisco Xavier, com dez anos de apostolado, tornou-se mercidamente o Patrono Universal das Missões ao lado de Santa Teresinha do Menino Jesus.

São Francisco Xavier, rogai por nós!

SANTO DO DIA

D	S	T	Q	Q	S	S
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2

3

Dez de 2009

3 ▾ Dezembro ▾ 🔍

SANTOS ANTERIORES: [2 de Dezembro](#)

BUSCA PELO NOME: [A-B](#) [C-D](#) [E-F](#)
[G-H](#) [I-J](#) [K-M](#)
[N-O](#) [P-Q](#) [R-S](#)
[T-Z](#)

[30 de Novembro](#)

Figura 29 – Oração no *link* "Santo do Dia" do canal Liturgia Diária em 3 de dezembro de 2009.

4.4.10 - Canal *Mobile*

O canal é dedicado a tecnologia que permite o envio de conteúdo do portal para celulares, palmtops e Iphones.

Esse canal possibilita as práticas de formação e de oração. No caso da formação, o canal dá instruções sobre como assinar conteúdos formativos produzidos pela Canção Nova para o celular. Tais conteúdos consistem em dicas, frases, versículos bíblicos e informações sobre a Igreja, a Canção Nova e assuntos religiosos.



Figura 30 – Layout do canal *Mobile* em 3 de dezembro de 2009.



Figura 31 – Formação no canal *Mobile* em 3 de dezembro de 2009.

O canal também dá instruções de como enviar pedidos de oração e mensagem, como forma de participação em diversos programas da TV Canção Nova. Principalmente em programas oracionais, é aberto um espaço para que as pessoas enviem seus pedidos de oração que podem ser lidos ao vivo pelos apresentadores dos programas ou serem visualizados na tela da televisão.

INTERATIVIDADE VIA SMS NA TV CANÇÃO NOVA

Desde dezembro de 2007 a programação da TV Canção Nova é aberta para receber participações via SMS.

Em diversos programas você pode enviar seu pedido de oração, ação de graças, comentário e até interagir com o apresentador, além de ver na tela da TV o conteúdo do seu TORPEDO.

Fique por dentro dos programas e horários que você interagir pelo celular.

Programas oracionais

O Amor Vencerá – de segunda a sexta-feira, às 11h :: reprise na madrugada, 0h05
Terço da Misericórdia – terça a sexta-feira, às 15h :: reprise na madrugada, 3h
Terço Mariano – segunda a domingo, às 18h :: reprise 6h da manhã
Deus Proverá – terça e quinta-feira, às 12h
No Colo de Maria – quinta-feira às 19h :: reprise sábado, 19h30

Para participar dos programas a cima, escreva uma mensagem de texto (SMS) via celular, iniciando com as letras 'CN', dê um espaço, escreva sua mensagem e envie para o número **49400**. Exemplo: **CN** Peço oração para que meu pai seja libertado do alcoolismo. José, São Paulo-SP.

Figura 32 – Oração no canal *Mobile* em 3 de dezembro de 2009.

Com essa mesma tecnologia, os conteúdos sobre leituras bíblicas do portal também são disponibilizadas para o celular através da assinatura do canal Liturgia Diária. Dessa forma, podemos considerar que a prática da liturgia também é possível nesse canal.

[x]

Canal Liturgia Diária

Assine o canal LITURGIA DIÁRIA dos "Torpedos Canção Nova" e receba diariamente no seu celular a liturgia do dia.

Para assinar envie um torpedio com as palavras **CN LITURGIA** para o número **46991**.

Após o envio da palavra-chave, você receberá uma mensagem solicitando a confirmação da assinatura. Para confirmar envie a palavra **SIM** para **46991**.

As mensagens serão enviadas diariamente às 06h45.

Para cancelar a assinatura envie as palavras **CANC CN LITURGIA** para **46991**.

*** Clique aqui para baixar o regulamento**

Monsenhor Jonas Abib [+]	CN ABIB	1x por dia
O Amor Vencerá [+]	CN LUZIA	1x por dia
Dicas PHN [+]	CN PHN	1x por dia
Direção Espiritual [+]	CN DIRECAO	1x por dia
Palavras do Papa [+]	CN PAPA	1x por dia
Bem da Hora [+]	CN BEMDAHORA	3x por semana
CN Notícias [+]	CN NOTICIAS	Até 3x por dia
Reporter Canção Nova [+]	CN REPORTER	2x por semana
Eventos Canção Nova [+]	CN EVENTOS	3x por semana
Liturgia Diária [+]	CN LITURGIA	1x por dia



Figura 33 – Liturgia no canal *Mobile* em 3 de dezembro de 2009.

4.4.11 Canal Música

Esse canal é dedicado a assuntos relativos à música, com conteúdo específico para músicos, como informações técnicas, cifras e letras. Além disso, o canal também disponibiliza arquivos musicais de artistas da comunidade Canção Nova.



Figura 34 – Layout canal Música em 3 de dezembro de 2009.

A única prática católica possível é a da formação que é garantida por textos e *podcasts* de conteúdo formativo disponíveis no canal. As temáticas desses materiais variam entre assuntos técnicos sobre música e formação espiritual.

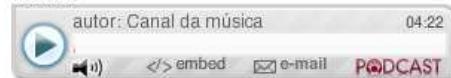
O rock na Igreja

O convidado desta semana no Podmúsica é o vocalista da banda Rosa de Saron, Guilherme de Sá.

Nascida em 1988, a banda começou no estilo heavy metal. De lá para cá muita coisa mudou e atualmente o estilo musical se encaixa no pop rock. As músicas do conjunto são profundas e falam sobre sentimentos, desafios e experiências, levando os jovens à reflexão.

O rock na Igreja e a música-mensagem são os assuntos de hoje do Podmúsica.

Confira:



Guilherme - vocalista da Banda Rosa de Saron

Foto: Wesley Almeida

Figura 35 – Formação no *link* “Podmúsica” do canal Música em 3 de dezembro de 2009.

4.4.12 Canal Notícias

É o canal jornalístico do portal. Organizado de maneira integrada com o Departamento de Jornalismo da Canção Nova, o canal de notícias do portal traz informações gerais sobre os principais acontecimentos do dia e, de maneira especial, noticia fatos relevantes do mundo católico.

Apesar de se ocupar de assuntos religiosos, os materiais apresentados no canal Notícias têm objetivo jornalístico e não podem ser considerados como prática católica da formação. Dessa maneira, entendemos que as práticas católicas analisadas nesse estudo não são possíveis nesse canal.

Brasil, 3 de dezembro de 2009 - 5h35

Capa Bento XVI Brasil Mundo

Este é um momento da graça de Deus, diz bispo
 Peregrinação urna de Dom Bosco
 CCJ aprova projeto que legaliza ortotanásia
 Pacientes terminais
 Rio de Janeiro
 Cristo Redentor é tombado definitivamente como patrimônio nacional

Reflexão Pastoral
Sinodo Arquidiocesano em Juiz de Fora

Promoção Humana
Felicidade plena está em Cristo, indica arcebispo

Dom Estevão Cardoso de Avelar
Morre bispo emérito de Uberlândia

Siga
Canção Nova Notícias
 twitter

Últimas notícias

- CCJ aprova projeto que legaliza ortotanásia
- Cristo Redentor é tombado definitivamente como patrimônio nacional
- Este é um momento da graça de Deus, diz bispo
- Sinodo Arquidiocesano em Juiz de Fora
- Hospital de SP promove jogos entre pacientes com paralisia cerebral

Mais lidas

- TV Canção Nova comemora a missão de evangelizar
- Dom Bosco chega a São Paulo através de sua "herança"
- Mais importante é "ser" e não o "ter" no Advento, diz padre
- Ministro das Comunicações visita sede da TV Canção Nova em Minas
- Em Cristo está a libertação do homem, afirma Bento XVI

+ lida - lida estável

WebTV

- Saiba mais Benefícios da gentileza
- Novidade Canal digital da TVCN é autorizado
- Bispos de SP

PodCast

- Dom Orlando Brandes Planejamento familiar e educação para o amor
- Presidente Celam D. Damasceno fala de participação no Sinodo da África
- 3ª Marcha pela Vida Campanha contra aborto

Blogs

- Prof. Felipe Aquino 200 milhões de cristãos sofrem discriminações
- Ação Crucifixo nas escolas. O que você acha?
- Pensando Bem Mártir Rilmoze reflete o

RSS

- Papa no Brasil
- Brasil
- Mundo
- Bento XVI
- Geral

mais rss

Tags

Figura 36 – Layout do canal Notícias em 3 de dezembro de 2009.

4.4.13 Canal Rádio AM

Página da rede de rádio AM da Canção Nova que trata de informações sobre a programação da rádio, eventos e ferramentas de interatividade entre comunicadores e ouvintes como chat.

The screenshot shows the website layout for Rádio AM. On the left is a vertical navigation menu with options like 'Ao vivo', 'Contato', 'Estúdio', 'Fale conosco', 'Histórico', 'Locutores', 'Programação', 'Programas', 'Sintonia', 'Mais tocadas', 'Galeria de Imagens', 'Rede CN de Rádio', 'Endereço e sintonia', 'O que é?', 'Como fazer parte', 'Pergunta e resposta', 'Enquete Rádio AM', and 'Nova programação da Rádio AM' with radio buttons for 'Excelente', 'Regular', and 'Satisfatória'. The main content area includes a header with 'Quem somos', 'Rede CN de Rádio', 'WebCam Ao vivo', 'Contato', and 'Rádio América'. Below this is a 'Confira também' section with three featured items: 'Acesse Rádio Canção Nova FM', 'Natal (RN) 51 anos Rádio Rural', and 'Comemoração Aniversário da Rádio de Paulínia'. The 'Informativo' section lists dates: '30/07/2009 - Grande Festa dos 51 anos da Rádio Rural', '30/07/2009 - Aniversário da Rádio Canção Nova da Divina Providência', and '22/05/2009 - Aniversário da Rádio Canção Nova'. The right sidebar contains 'Programação Ao vivo', a 'Queremos ver Jesus' section with 'Débora Vieira', 'Confira na Rádio AM', a 'Twitter' widget, 'Galeria de imagens', another 'Confira na Rádio AM' section, and an 'E-mail' subscription box.

Figura 37 – Layout do canal Rádio AM em 3 de dezembro de 2009.

A prática da oração é possível através de conteúdos postados na seção Informativo e pelo acompanhamento de programas ao vivo da rádio pelo portal.

Informativo

Súplica Ardente aos Santos Anjos

Tudo pode ser mudado pela força da oração!

DEUS UNO e TRINTO, Onipotente e Eterno/Antes de recorrermos aos Vossos servos, os Santos Anjos, prostramo-nos na Vossa presença e Vos adoramos: PAI, FILHO e ESPÍRITO SANTO. Bendito e louvado sejais por toda a eternidade! DEUS Santo, DEUS forte, DEUS Imortal: que todos os Anjos e homens, que por Vós foram criados, Vos adorem, Vos amem e permaneçam no Vosso serviço!

E Vós, MARIA, Rainha de todos os Anjos, aceitai benignamente as súplicas que dirigimos aos Vossos servos; apresentai-as ao Altíssimo Vós que sois a Medianeira de todas as graças e a Onipotência suplicante a fim de obtermos graça, salvação e auxílio. Amém.

Poderosos Santos Anjos, que por DEUS nos fostes concedidos para nossa proteção e auxílio, em nome da Santíssima TRINDADE nós vos suplicamos:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós suplicamos em nome de Preciosíssimo Sangue de nosso Senhor JESUS CRISTO:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos pelo poderosíssimo nome de JESUS:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos por todas as chagas de nosso Senhor JESUS CRISTO:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos por todos os martírios de nosso Senhor JESUS CRISTO:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos pela Palavra Santa de DEUS:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos pelo coração de nosso Senhor JESUS CRISTO:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos em nome do amor de DEUS tem por nós pobres:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos em nome da fidelidade de DEUS por nós pobres:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos em nome da misericórdia de DEUS por nós pobres:

Vinde depressa, socorrei-nos!
Nós vos suplicamos em nome de MARIA, Mãe de DEUS e nossa Mãe:

Figura 38 – Oração no link “Informativo” no canal Rádio AM em 3 de dezembro de 2009.

4.4.14 Canal TV Canção Nova

Página com informações sobre a grade de programação e a equipe técnica da TV Canção Nova. Não encontramos indícios de práticas católicas neste canal.

Figura 39 – *Layout* do canal TV Canção Nova em 07 de dezembro de 2009.

4.4.15 Canal WEBTV

A WEBTV pode ser considerada o canal em que as três práticas são possíveis de maneira mais equiparada uma em relação à outra. Tanto a prática da formação, como da oração e da liturgia são tema de programas desenvolvidos com exclusividade para a WEBTV.



Figura 40 – Layout do canal WEBTV em 3 de dezembro de 2009.

A prática da oração fica diluída em programas variados que apresentam momentos de oração, mas também pode ser encontrada em grupos de oração online e matérias gravadas explicitamente com cunho oracional.



Figura 40 – Oração no programa “Grupo de oração online” do canal WEBTV em 3 de dez de 2009

A questão da liturgia é possível através dos vídeos sobre os santos da Igreja, de programas de homilias e de homilias em outras línguas, além de vídeos isolados de momentos de oração e de fragmentos de celebrações litúrgicas.



Figura 42 – Liturgia no programa “Homilia Dominical” da WEBTV em 3 de dezembro de 2009.

A formação pode ser encontrada na maioria dos programas que apresentam a prática sob o enfoque de diversos assuntos como juventude e família.



Figura 43 – Formação no programa “Por trás das Palavras” no canal WEBTV em 3 de dez de 2009.

4.5 Modificações nas práticas católicas presentes no portal cancaonova.com

Como segundo passo da primeira fase metodológica, passamos para a análise das modificações presentes no funcionamento das práticas católicas levantadas pela exploração do portal cancaonova.com. Tomando como base as referências histórico-reais das práticas da formação, liturgia e oração objetivamos aqui identificar em que sentido a ambiência midiaticizada e as potencialidades do virtual alteram tais práticas.

Antes de nos determos em cada uma das práticas de maneira particular, é importante pontuar que algumas alterações são comuns a todas. A formação, a liturgia e a oração, práticas características do campo religioso e constituídas de simbologias e valores próprios, quando desenvolvidas a partir do ambiente virtual adquirem uma abordagem cotidiana. Obter formação religiosa, rezar ou participar da liturgia não se limitam mais a práticas específicas e reservadas a lugares próprios como a igreja ou a paróquia. Atos cotidianos como navegar na internet, assistir vídeos, receber e enviar mensagem de celular, saber mais sobre os apresentadores dos programas de televisão, participar de comunidades virtuais, passam a ser elementos constituintes de prática religiosa. Com essas novas formas de atuação, a experiência religiosa digital apresenta-se de maneira diferenciada da experiência religiosa tradicional.

Outra modificação comum às práticas católicas aqui analisadas é que, na internet, tais práticas passam a ser resultado de escolhas individuais. Com a personalização de conteúdo possível na internet, as práticas católicas também adquirem tal característica, passando a preocupar-se em atender aos gostos individuais. Dessa forma, cada fiel pode optar, pelo clicar de botões, em acompanhar apenas determinado tema formativo ou a rezar apenas para determinado santo ou acompanhar as homilias apenas do seu padre preferido.

A seguir apresentamos as modificações encontradas em cada uma das três práticas católicas tomadas nesse estudo.

4.5.1 Formação

A prática da formação é a mais presente entre os canais do portal e por isso também se apresenta com diversas modificações. Na identificação dos conteúdos formativos, notamos que a sua apresentação no portal se dá de forma a segmentar e formatar tais conteúdos para diversos públicos e diversas temáticas como conteúdos para crianças e para músicos ou conteúdos sobre quaresma e sobre o Papa, por exemplo. Nesse sentido, também notamos outras modificações como a tendência de refletir sobre a formação religiosa a partir de questões cotidianas das pessoas, como relacionamento, problemas pessoais, além de apresentar uma descontinuidade da prática formativa pela variedade de temáticas tratadas e pelo formato enxuto e pontual dos materiais.

A informalidade da formação ainda se dá pelo fato dela acontecer sem tutores **diretos, à livre** escolha do fiel, que opta pelas temáticas de seu interesse, podendo aceitar ou não as propostas de formação dos peritos que são membros da comunidade e colunistas do portal, como o fundador e outros membros com visibilidade no Sistema Canção Nova de Comunicação. A diversidade de formatos em que os conteúdos formativos são disponibilizados também acentua o caráter informal. Assim, a prática da formação é diluída em entrevistas, vídeos, *podcasts*, *posts* e comentários em blogs.

4.5.2 Liturgia

A primeira modificação que notamos na prática da liturgia no portal é a sua fragmentação. O rito litúrgico passa a ser desmembrado em partes independentes, como homilia, leituras bíblicas, santo do dia e que acabam ganhando um caráter informacional e perdendo o caráter vivencial. Ao invés do fiel participar da missa, ele se informa sobre a celebração, acessando as leituras bíblicas de cada dia, assistindo a um vídeo sobre a vida de um santo ou ouvindo um *podcast* da homilia.

A prática da liturgia transposta para o ambiente virtual passa a ser uma experiência individual e sem as limitações de tempo e espaço das celebrações

litúrgicas tradicionais, que são experiências coletivas e acontecem em locais e horários predeterminados. Nessa perspectiva, notamos que a preocupação com o fim dos limites geográficos também ocasiona uma diversificação na apresentação da prática da liturgia que, no portal da Canção Nova, pode ser encontrada em outras línguas, como é o caso do canal da WEBTV, que apresenta missas em Inglês.

Quando a celebração litúrgica figura no portal de maneira integral, ela é formatada não como prática religiosa, mas como evento social. Elementos como cobertura *online* ao vivo, galeria de fotos e vídeos, evidenciam a missa mais como acontecimento do que como celebração religiosa.

4.5.3 Oração

A prática da oração no ambiente digital adiciona ao ato abstrato de rezar uma concretude comum ao uso da internet. No portal, orar também passa a ser acessar determinado conteúdo, ler uma novena, assistir a um vídeo de oração, enviar um pedido de oração. Entendemos que a oração no portal também adquire características de atendimento espiritual. Sempre que sentirem necessidade, os fiéis podem encontrar no portal elementos e até atores sociais que o incentivem a rezar. Tal atendimento passa pelas novenas e devocionários disponibilizados, vídeos e áudios com orações e até pelo envio ilimitado de pedidos e preces, que, apesar de serem atos individuais, podem estar atrelados a membros da Canção Nova.

Notamos que o virtual se apresenta como elemento de espiritualidade. O alcance, a velocidade e a fluidez da internet parecem colaborar com a aproximação do fiel com Deus. Assim, freqüentemente encontramos preces deixadas nos espaços de comentário das páginas que se dirigem diretamente a Deus ou a santos.

A seguir, apresentamos um quadro explicativo sobre as modificações encontradas nas práticas católicas durante a fase exploratória. No quadro, podemos visualizar a relação das três práticas católicas consideradas nessa pesquisa, a saber: formação, liturgia e oração; e as suas respectivas modificações encontradas no portal da Canção Nova. Na fase exploratória da pesquisa, cada uma das três práticas foi mapeada nos canais do portal e depois analisadas, com vistas a identificar as modificações decorrentes do seu fazer na ambiência midiaticizada.

Práticas católicas	Modificações nas práticas católicas
Formação	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentação por público • Informalidade • Descontinuidade • Abordagem cotidiana • Personalização
Liturgia	<ul style="list-style-type: none"> • Fragmentação • Fim das limitações de tempo/ espaço • Evento social • Abordagem cotidiana • Personalização
Oração	<ul style="list-style-type: none"> • Concretude • Atendimento espiritual • Virtual como elemento espiritual • Abordagem cotidiana • Personalização

Quadro 2 – Primeiro passo da primeira etapa metodológica: relação entre as práticas católicas e suas modificações identificadas no portal.

Cada prática católica apresenta as suas próprias modificações evidenciadas nos seus modos de funcionamento no portal cancaonova.com. Apenas as modificações correspondentes à “abordagem cotidiana” e à “personalização” se mantêm comuns às três práticas analisadas.

4.6 Considerações sobre a primeira etapa metodológica: categorização das práticas católicas midiaticizadas

As modificações levantadas na análise das práticas católicas presentes no portal cancaonova.com foram agrupadas, a fim de operarem como categorias que possibilitem a classificação de práticas católicas midiaticizadas. São elas: sacralidade virtual, políticas terapêuticas e protagonismo sociotécnico do fiel. Essa categorização obedeceu aos critérios de exaustividade e exclusividade propostos por Minayo (1994) para o trabalho com categorias.

4.6.1 Sacralidade virtual

Essa categoria diz respeito às modificações do regime de sacralidade no neodevocional midiático, tendo como ponto de partida as considerações de Rodrigues (1990) sobre a simbólica dessacralizada da mídia e de Camurça (2009), sobre a sacralização do profano do catolicismo midiático. Ao analisarmos as modificações sofridas pelas práticas católicas presentes no portal, entendemos que o neodevocional que emerge do ciberespaço, a religiosidade modificada e que não é mais a mesma do histórico-real, apresenta-se de maneira dessacralizada em algumas práticas e elementos católicos tradicionais, ao mesmo tempo em que possibilidades e fazeres próprios da internet se revestem de sacralidade.

As práticas católicas midiáticas têm a sua simbólica dessacralizada por não ficarem mais restritas a locais e momentos específicos e também por se diluírem em assuntos e atividades cotidianos e em abordagens informais. Na rede, o religioso muitas vezes não aparece sozinho, mas vem acompanhado de temáticas e questões do dia-a-dia, como relacionamento, família, auto-estima e trabalho. Além de outras estratégias que visam aproximá-lo do cotidiano dos fiéis, como a sua formatação para os mais diversos públicos e faixas etárias.

Esse neodevocional se apresenta na rede em texto, imagem, áudio e vídeo e é diluído em diferentes formatos, como entrevistas, matérias jornalísticas, atividades lúdicas, comentários e depoimentos sempre de maneira enxuta e pontual, perdendo o seu caráter de continuidade. As práticas católicas midiáticas no portal recebem um tratamento informacional, que pode ser notado nas características de descontinuidade e fragmentação das práticas, que aparecem desmembradas e em formatos variados. Dessa forma, práticas católicas ganham roupagens que as assemelham a qualquer outro tipo de informação disponibilizada na internet, o que confirma a sensação de dessacralização.

Ao mesmo tempo, o neodevocional encontrado na rede também parece revestir de sacralidade práticas cotidianas da vida contemporânea. Dessa forma, atividades rotineiras de qualquer usuário de internet são tomadas como fazer religioso e investidas de sacralidade. Assim, navegar na *web* pode configurar-se em formação doutrinal, enviar comentários em um blog pode se constituir em oração e assistir a um vídeo pode possibilitar a participação em um trecho da missa. As

práticas católicas midiaticizadas ganham um caráter de cotidianidade sacralizada e parecem ter uma aplicação mais direta na vida dos fiéis.

A própria virtualidade passa a se apresentar como elemento de espiritualidade ao passo que, através de suas características de velocidade, alcance e fluxo, parece contribuir para o cumprimento da missão evangélica da Canção Nova e para a aproximação dos fiéis com Deus, como evidenciado na exploração realizada no portal.

4.6.2 Políticas terapêuticas

A classificação de práticas católicas midiaticizadas como políticas terapêuticas vem das considerações de Fausto Neto (2002), que entende tal fato como sendo a tentativa do neodevocional midiático de sanar as demandas dos fiéis. A atuação religiosa no ambiente midiaticizado da internet se constitui em uma espécie de pronto-socorro espiritual preparado para acolher e dar alívio aos fiéis a qualquer hora do dia e em qualquer local que se tenha acesso à tecnologia.

Na internet, o acesso ilimitado e a variedade de apresentação do conteúdo e das práticas católicas no portal emergem como uma gama de possibilidades de socorro e “tratamento” à disposição das necessidades espirituais do fiel. O religioso muitas vezes se recobre de um caráter de serviço por apresentar-se como elemento propício para suprir necessidades pessoais não atendidas ou como facilitador da experiência religiosa do fiel que tenha dificuldades de acesso e participação nas atividades das comunidades presenciais.

As práticas católicas desenvolvidas adquirem certa concretude por se realizarem no portal. Acessar, navegar, clicar, postar, ler, teclar, compartilhar, concretizam a experiência religiosa em práticas midiáticas. O fazer religioso, assim concretizado repetidas vezes, toma ares de exercício terapêutico, como se o ato de navegar no portal já possibilitasse o suprimento das demandas espirituais do fiel.

4.6.3 Protagonismo sociotécnico do fiel

O entendimento das práticas católicas midiáticas como protagonismo sócio-técnico do fiel tem como base a idéia da midiática como prática social e do protagonismo tecno-simbólico atrelado ao neodevocional midiático, conforme o apontado por Gasparetto (2006). O neodevocional que emerge da ambiência midiática é vivenciado pelos fiéis que se apropriam da tecnologia para construir suas atuações.

Na perspectiva de uma experiência religiosa que se apresenta como atendimento espiritual, o fiel exerce a sua religião através das possibilidades de atuação da internet. Dessa forma, ao analisarmos as práticas católicas presentes no portal, encontramos modificações, como a personalização dos conteúdos e a formatação do fazer religioso como evento social. No ato de escolher os seus “favoritos” dentro das possibilidades ofertadas pela internet e de ressaltar a inserção pessoal do fiel na experiência religiosa oportunizada pela mídia é que reside o papel ativo do fiel nesse contexto neodevocional midiático.

Dessa maneira, o protagonismo do fiel nas práticas católicas midiáticas na internet se dá predominantemente pelas potencialidades da *web 2.0*. Com o religioso fragmentado e diluído em práticas características do ciberespaço, o fiel é protagonista da sua experiência religiosa digital ao movimentar os conteúdos acessados no portal e ao se apropriar das possibilidades interativas – desde as participações em enquetes, fóruns, envio de sugestões e comentários, até a criação de perfis virtuais e o compartilhamento de fotos e vídeo. Assim, deixa suas marcas e constitui-se sujeito atuante na rede.

Apesar do próprio fiel construir a sua experiência religiosa dentro das ofertas midiáticas de religião, entendemos que o contato com o religioso acontece com a mediação de peritos, pessoas investidas de autoridade (clero) ou de credibilidade (personalidades da mídia católica e lideranças carismáticas), que parecem estar mais aptas para indicar o que é melhor e como vivenciar as práticas religiosas. A presença de peritos mediadores no catolicismo midiático já é apontada por Fausto Neto (2002) e Gasparetto (2006) em suas análises sobre as incursões católicas na televisão. Contudo, mesmo com a interatividade da internet, que poderia garantir

uma postura mais ativa, o protagonismo do fiel fica restrito à escolha de conteúdo e às possibilidades sociotécnicas do portal.

Com o intuito de facilitar o entendimento da classificação das modificações encontradas nas práticas católicas no portal em categorias de práticas católicas midiáticas apresentamos o Quadro 3.

Modificações das práticas católicas no portal	Práticas católicas midiáticas
<ul style="list-style-type: none"> • Abordagem cotidiana • Informalidade • Segmentação por público • Descontinuidade • Fragmentação • Virtual como elemento de espiritualidade 	Sacralidade virtual
<ul style="list-style-type: none"> • Atendimento espiritual • Concretude 	Políticas terapêuticas
<ul style="list-style-type: none"> • Personalização • Evento social • Fim da limitação tempo/espaço 	Protagonismo sociotécnico do fiel

Quadro 3 – Segundo passo da primeira etapa metodológica: relação entre as modificações das práticas católicas identificadas no portal e a sua categorização em práticas católicas midiáticas.

Na primeira coluna, o Quadro 3 apresenta as modificações encontradas no mapeamento das práticas católicas de formação, liturgia e oração no portal. A segunda coluna evidencia a classificação das modificações nas categorias de práticas católicas midiáticas que são: sacralidade virtual, políticas terapêuticas e protagonismo sociotécnico do fiel.

Para que as categorias de práticas católicas midiáticas pudessem ser construídas observando os critérios de exaustividade e mútua exclusão na classificação das modificações encontradas no portal, foi necessário desconsiderar a relação identificada na fase exploratória entre as práticas católicas da formação, liturgia e oração e as suas respectivas modificações. As categorias de práticas católicas midiáticas não levam em consideração se as modificações classificadas por elas dizem respeito à formação, a liturgia ou a oração. O importante nessa fase

de classificação é que todas as modificações levantadas nos canais do portal possam ser incluídas em alguma das categorias formadas e que, ao serem incluídas em uma categoria não possam mais ser incluídas em nenhuma outra.

4.7 Segunda etapa metodológica

Após a exploração e a análise das práticas católicas midiáticas presentes no portal da Canção Nova, a segunda etapa da pesquisa se ocupa em identificar e compreender as lógicas comunicacionais presentes em cancaonova.com. Como pressuposto, temos que as lógicas vigentes na atuação da Canção Nova na internet são a lógica comunicacional católica e a lógica comunicacional midiática, a primeira entendida como lógica da transmissão da informação e a segunda como lógica da ambiência. Para tanto, realizamos dois passos metodológicos: a identificação das lógicas presentes no portal e o entendimento do processo de afetação entre as lógicas.

4.7.1 Identificação das lógicas comunicacionais católica e midiática no portal

Para identificar a presença dos dois tipos de lógicas no portal cancaonova.com, nos valem de entrevistas presenciais com a equipe responsável pelo portal e da análise das categorias de práticas católicas midiáticas organizadas na etapa metodológica anterior. As entrevistas tiveram como respondentes membros de gerência do Departamento de Tecnologia da Informação da Canção Nova, TI, setor responsável por planejar, executar e avaliar a atuação da Canção Nova na internet. Os entrevistados foram os responsáveis pelos cargos de gerente de conteúdo do portal (entrevistado 1), superintendente de TI (entrevistado 2) e gerente de TI (entrevistado 3).

A seguir, apresentamos fragmentos das falas dos entrevistados que entendemos como reveladores das posturas assumidas na produção e no

gerenciamento do portal e, conseqüentemente, das lógicas implicadas nessa atuação.

4.7.1.1 Lógica da transmissão da informação

Nos trechos abaixo, a fala de dois entrevistados nos possibilita identificar a lógica comunicacional católica da transmissão da informação, na qual o foco reside nos conteúdos que têm sua difusão potencializada pelas características tecnológicas da internet.

Porque se a gente for ver o estatuto da Canção Nova, ele diz que ela é um celeiro para o mundo, no sentido de que ela tem muita informação que ela armazenou aqui e isso não é para nós, mas para pôr pra fora (Entrevistado 2).

A questão da transmissão do conteúdo religioso é tomada como constituinte da missão da Canção Nova. A vivência religiosa é encarada como informação gerada e acumulada ao longo dos anos e que merece ser difundida pela sua relevância e pela demanda existente.

[...] o pessoal sempre procura, ah eu quero a novena tal, então todo mês a gente procura: qual é o santo do mês que há uma devoção aqui no Brasil? Ai a gente procura ver algo sobre a vida do santo e disponibilizar a novena para as pessoas poderem rezar. Além disso, no *wiki* a gente tem lá: dicas de fé. A gente tem uma página que se chama dicas de fé, ai lá tem todas essas coisas: oração da noite, oração da manhã, além do rosário, e outras orações diárias. Então a gente disponibiliza todo esse conteúdo oracional para as pessoas, pra ela saber, (sic) posso entrar e rezar aqui. (...) Também então há sim essa preocupação de disponibilizar e de formar na base cristã, porque há muita coisa que as pessoas vão à igreja, mas não têm essa formação. [...] Então, há essa preocupação de deixar a pessoa formada e informada sobre cada festa litúrgica, de como viver (Entrevistado 1).

Não é pra pessoa dizer: ah agora não vou mais participar do grupo de oração só porque tem aqui na internet. Não, ao contrario, é pra levar você... pra levar o conteúdo. Não é só pra ficar aqui. Porque se ficar só aqui a evangelização não vai acontecer, ela só vai acontecer no momento em que eu ver esse conteúdo e que você vai na sua paróquia, que você vai se disponibilizar na sua paróquia em viver o Evangelho (Entrevistado 1).

Os trechos acima nos permitem entender que a lógica comunicacional católica, a lógica da transmissão da informação, pensa o portal cancaonova.com

como um grande produtor de conteúdo católico-cristão. Utilizando as possibilidades tecnológicas, o portal objetiva produzir conteúdo que atenda às demandas dos fiéis.

Nesse sentido, a prática católica midiaticizada de políticas terapêuticas também evidencia a mesma lógica da transmissão da informação, quando visa oferecer ao fiel possibilidades de atender às suas questões de cunho religioso e até pessoal. O conteúdo do portal é encarado como uma solução para problemas espirituais e de evangelização e como elemento facilitador de uma experiência religiosa mais completa e eficaz. A informação é ofertada e transmitida como política terapêutica que sana problemas e melhora o desempenho da vivência religiosa do histórico-real.

Se até Jesus se rebaixou à condição humana para nos salvar, porque não nós entrarmos em todos os lugares em que há pessoas para evangelizar? O conteúdo que tem lá é diferente e tal, mas a gente tá (sic) levando conteúdo evangelizador. Tem pessoas que vão entrar numa comunidade de relacionamento não buscando algo pra sua vida, tá lá pra ver... procurando qualquer tipo de coisa, menos evangelização. E quando ele está ali e se depara com um conteúdo evangelizador, então ele pode ter a chance de mudar de vida (Entrevistado 1)

Nessa lógica, o portal emerge como uma grande base de dados católico-cristãos que por si só parecem ter a força necessária para cumprir a missão evangelizadora da Canção Nova. As possibilidades tecnológicas da internet são entendidas apenas como potencializadoras da transmissão da mensagem evangélica, sem maiores implicações no religioso. Assim, o papel da Canção Nova na internet se apresenta como sendo o de ampliar ao máximo a capacidade de atender a todos aqueles que precisam de ajuda espiritual disponibilizando sempre a maior quantidade e diversidade de conteúdo católico que traga em si a força para evangelizar.

4.7.1.2 Lógica da ambiência

No decorrer das entrevistas, a fala dos entrevistados também evidencia a presença da lógica comunicacional midiática. Na lógica da ambiência, o portal e as suas possibilidades tecnológicas são pensadas como um novo ambiente de atuação a ser abarcado no fazer religioso da Canção Nova.

Então, a partir disso foi-se assumindo que se ia investir.... já era da minha parte, mas onde as partes se alinharam de que o futuro era a internet e não a TV foi vislumbrado em 2001 (Entrevistado 2).

São vários segmentos, o portal já diz isso ai, tenho (sic) lugar pra várias faixas etárias, vários nichos, varias filosofias... e por isso que eu preciso de um portal. Mas como vou fazer para as pessoas terem fácil acesso ao portal que chame atenção e seja agradável de navegar? (Entrevistado 3).

A internet é tomada como uma porção do ambiente midiático que deve ser ocupado e entendido a partir das suas características tecnológicas particulares e de seus usos sociais. A visão não restringe a internet a um instrumento de transmissão de informação, mas a compreende como uma nova esfera de atuação para a religião.

Então o portal, ele não foi bem feito porque ele simplesmente precisava ser uma camada de conteúdo, dar uma visibilidade além-site para a sociedade e começar a trabalhar no que era definido como o projeto Santa Rede. O Santa Rede tem como finalidade, dentro da internet, porque eu não posso sair dela, criar um espaço onde ferramentas se interligam distribuindo conteúdo adverso de qualquer forma. Primeiro num núcleo onde você entrou ali, você praticamente tem um universo de informações. Vou chamar ai de católicas ou cristãs. Essas ferramentas começam a criar braços como forma de interligar em meios, de ferramentas externas que seriam criadas e que já foram criadas, em que esse conteúdo começaria a invadir esse meio e começaria então a ter ferramenta aqui dentro que interligaria tudo isso, o meio externo como o interno. Onde, uma pessoa caindo dentro desse universo, ela estaria praticamente cercada de um ambiente santo, por isso, Santa Rede. Para isso, precisa criar uma série de ferramentas que possibilitam pegar esses conteúdos e colocar eles nas diversas formas de se evangelizar no meio em que nós estamos falando: foto, áudio, vídeo, texto, etc., nas dimensões que o avanço nos trouxe (Entrevistado 2).

A lógica comunicacional midiática entende o portal como uma porção da ambiência existencial midiática, na qual a experiência religiosa não é a mesma do histórico-real, mas é modificada pelas novas possibilidades de atuação e de vínculo trazidas pela condição sociotécnica da midiatização.

Ao pensar a sua atuação na internet não mais como uma base de conteúdo, mas como uma rede interligada de ferramentas e possibilidades tecnológicas, a Canção Nova modifica o seu fazer religioso. A organização dessa lógica se evidencia na prática católica midiatizada da sacralidade virtual, na qual o religioso não fica mais restrito a lugares e momentos específicos, mas se dilui em práticas midiáticas e abordagens cotidianas que acabam sendo investidas de sacralidade. A apropriação de ferramentas e de tecnologias da internet começa a fazer parte da

experiência religiosa proporcionada por essa Santa Rede, na qual o fiel pode desempenhar o seu protagonismo sociotécnico.

[...] a gente já entra num conceito de *web 2.0* e aí vem todas as ferramentas de *web 2.0*, de comunicação, de comunidade, de interação, de agilizar ainda mais as pessoas entre si e o meio que se pensa em comum. Porque hoje a internet não é mais aquele negócio que tu abre (sic) e quer ler o que tá (sic) escrito, tu quer (sic) participar daquilo. [...] Então assim, a gente vê que a coisa tá (sic) andando pra esse lado aqui, então não adianta eu querer utilizar o site escrito lá e querer que a pessoa vá lá... isso foi há anos, hoje já é outro pensamento, por isso a *web 2.0*, que é a bola da vez, é esse aí o sentido (Entrevistado 3).

Então eu não foco na evangelização direta do “vem cá que eu preciso te evangelizar”, é experiência de vida, é troca de experiência de vida. É a troca entre eu e você (sic) e você e a comunidade que vai gerar o ingrediente fundamental pra atingir a evangelização (Entrevistado 2)

Dessa forma, é na interatividade e nas características participativas da *web 2.0* que essa ambiência tem a sua forma de fazer religião e criar vínculo. O entendimento e a vivência do religioso na lógica da ambiência estão atrelados ao domínio e a vivência da gramática da internet e das ferramentas tecnológicas, não dependendo apenas de elementos espirituais e disposições pessoais.

4.8 Considerações sobre a segunda etapa metodológica: a lógica do desdobramento

Conforme evidenciado na segunda etapa metodológica da pesquisa, é possível encontrar a presença da lógica comunicacional católica e da lógica comunicacional midiática na atuação da Canção Nova na internet. A existência desses dois tipos de orientação resulta nas modificações observadas nas práticas católicas midiáticas da Canção Nova na rede e em diferentes abordagens sobre o portal e sobre o fazer religioso no meio digital.

A análise das práticas presentes no portal nos possibilita entender a coexistência das duas lógicas comunicacionais. Tendo por base a classificação aqui proposta de práticas católicas midiáticas, é possível distinguir ainda as duas orientações comunicacionais, a católica e a midiática, organizando de diferentes formas a atuação da Canção Nova no ciberespaço. Mesmo com as modificações

encontradas, identificamos a lógica da transmissão da informação organizando a prática católica midiaticizada de políticas terapêuticas e a lógica da ambiência organizando as práticas católicas midiaticizadas da sacralidade virtual e do protagonismo sociotécnico do fiel. Dessa forma, no nível da práxis religiosa na internet, a lógica comunicacional católica e a lógica comunicacional convivem paralelamente sem processo de afetação.

Contudo, nem sempre essas lógicas apenas coexistem. Há momentos em que elas se afetam de forma a dar origem a uma terceira lógica, diferente das anteriores. Essa lógica também está presente no portal e é aqui tomada como a lógica do desdobramento. Na lógica do desdobramento o religioso não se apresenta mais como na sua forma tradicional, restrito a lugares apropriados e vivenciado a partir de engajamento pessoal e continuado em uma comunidade concreta. Dentro dessa nova lógica o religioso midiaticizado se desdobra em diferentes assuntos e abordagens, em diferentes mídias, em diferentes esferas de experiência e em diferentes práticas tecnológicas.

Assim, a experiência religiosa se dá não só na igreja e na paróquia, mas passa a acontecer na internet, em mensagens de celular, e se desdobra em vídeos, textos, *podcasts* e galerias de foto. A lógica do desdobramento parece se aproximar das iniciativas de narrativas transmidiáticas e convergência tecnológica ao espalhar o neodevocional na ambiência midiaticizada. Na questão de conteúdo, a lógica do desdobramento funciona apresentando o religioso não mais de forma direta, com reflexões expressamente espirituais e doutrinárias, mas o desdobrando em temáticas cotidianas e em questões relacionadas aos problemas da vida.

Nesse sentido, é a lógica do desdobramento que gerencia o neodevocional que emerge do portal. O processo de afetação das duas lógicas aqui estudadas se dá plenamente nesse “novo religioso” experimentado na internet. A afetação das lógicas ocorre no nível do religioso, do neodevocional midiático, já a coexistência acontece no nível da atuação, nas práticas que constroem o portal e nas práticas possíveis a partir de cancaonova.com.

Pensar em neodevocional midiático é considerar uma religiosidade que depende da mídia para possuir inteligibilidade. Assim sendo, entendemos a diferença entre o neodevocional midiático e as práticas religiosas midiaticizadas que, apesar de sofrerem modificações, ainda trazem fortes traços das suas referências histórico-reais. É nesse sentido que entendemos a lógica do desdobramento

atuando sobre o neodevocional encontrado no portal da Canção Nova e o seu desdobrando em três blocos de experiência: informação, venda e vínculo.

Parte do volume de conteúdo do portal pode ser entendida como de caráter informacional, tomando a informação como sendo um dado novo acrescentado a um repertório. Das notícias sobre os eventos da Canção Nova às coberturas jornalísticas de acontecimentos do mundo católico passando pelos devocionários e homilias em *podcast*, o conteúdo religioso do portal é formatado de maneira que o assemelha a qualquer outro tipo de informação presente na internet. Essa roupagem informacional está espalhada no conteúdo de todos os canais do portal e se apresenta em texto, imagem, áudio e vídeo. Assim, ao invés de se experimentar esse neodevocional, pode-se apenas ser informado constantemente sobre ele.

O portal se apresenta também como importante estratégia mercadológica da Canção Nova, que não veicula anúncios comerciais em suas mídias, mas que precisa se auto-promover na busca de doações que financiem economicamente sua existência. Na lógica do desdobramento, esse contexto proporciona que o neodevocional encontrado no portal se desdobre também em venda. Ao tratarmos da idéia de venda não incluímos apenas as atividades de vendas de produtos da marca Canção Nova, comercializados no canal Shopping, por exemplo. Também entendemos como venda os esforços para a arrecadação de contribuições e do recrutamento de novos sócios para a comunidade. Quando a Canção Nova se mostra por dentro, deixando visível seus modos de funcionamento, tanto como comunidade, quanto como sistema de comunicação, ela se promove e se vende a si própria como alternativa de experiência religiosa. O neodevocional que emerge do portal traz consigo uma proposta de venda do jeito Canção Nova de ser católico.

Já a questão do vínculo organiza a maioria das potencialidades interativas do portal. O neodevocional se desdobra em vínculo do fiel com a Canção Nova a partir das práticas religiosas modificadas, das possibilidades de contato com os modos de funcionamento da Canção Nova e dos fieis entre si.

O contato com os conteúdos de bastidores da Canção Nova e as possibilidades interativas geram a sensação de proximidade e pertencimento, que faz o caráter vinculativo do neodevocional midiático ser tão importante quanto o caráter religioso. Dessa forma, o fiel parece não apenas assistir, mas fazer parte, atuar e construir a sua experiência de Canção Nova através de práticas midiáticas e neodevocionais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após percorrermos o percurso de pesquisa desenvolvido até aqui, podemos afirmar que a midiatização da Igreja faz com que o religioso presente na mídia na atualidade não seja mais o religioso que historicamente conhecemos, mas o resultado de processos de afetações e negociações que modificam o que já existia e que fazem emergir uma Igreja midiatizada. As fronteiras porosas entre os campos sociais vão permitindo tais imbricações, de maneira que aspectos mercadológicos e tecnológicos, estruturadores do campo dos mídia, passem a modular também práticas do campo religioso.

Em alguns momentos a presença das lógicas midiáticas no interior do funcionamento do campo religioso proporciona afetações que dão margem para o surgimento de uma nova lógica, que não se apresenta como uma solicitação externa, mas como o resultado da negociação entre as demandas legitimatórias dos campos envolvidos. Em outros momentos, percebemos que esses atravessamentos não geram modificações tão substanciais possibilitando que as diferentes lógicas apenas coexistam. Entre a análise do comportamento de campos sociais com fronteiras porosas, lógicas comunicacionais e práticas modificadas vão sendo expostas às processualidades da midiatização, alargando-se o nosso olhar sobre esse fenômeno.

Dentro desse contexto, no primeiro capítulo do estudo buscamos entender a lógica comunicacional do campo midiático e do campo religioso e seus imbricamentos no que diz respeito à atuação católica midiatizada. Cada campo social apresenta a sua própria lógica comunicacional. Sendo assim, a lógica comunicacional midiática é entendida como a lógica da ambiência e a lógica comunicacional católica é tomada como a lógica da transmissão da informação.

Cada uma dessas lógicas denota uma abordagem diferente da mídia e do processo de comunicação. A compreensão da lógica comunicacional da ambiência como o meio razoável para se alcançar o fim do campo midiático entende a mídia como uma forma de dar sentido ao mundo e toma a comunicação como fluxo e não como processo linear. Já o entendimento da transmissão da informação como lógica comunicacional da Igreja coloca o foco na produção e circulação social da

mensagem como forma de cumprimento da missão evangelizadora católica, em uma abordagem linear da comunicação e instrumental da mídia.

Mais relevante que encarar um tipo de lógica comunicacional como melhor ou mais evoluída que a outra é ter a compreensão do estabelecimento do fenômeno midiático como matriz de práticas sociais e como suporte que possibilita a visão e a vivência de um social alargado pelo fluxo midiático. A mídia, enquanto matriz social, possibilita modificações, como o fenômeno neodevocional midiático evidenciado nos imbricamentos entre campo religioso e campo midiático.

O segundo capítulo foi reservado para as reflexões sobre o processo de midiatização e os seus contornos no ciberespaço. A exposição das formas de funcionamento e a expansão das lógicas de mídia por toda a ordem social fazem da midiatização um processo que abarca tanto a coexistência de lógicas diferentes dentro do mesmo campo social, como afetações que inserem lógicas midiáticas no interior do funcionamento de outros campos, possibilitando modificações mais substanciais.

O surgimento de uma ambiência existencial midiatizada é resultado dessas processualidades. Tais modificações também se refletem na dimensão sociotécnica da midiatização, postura que entende o valor das possibilidades tecnológicas na sua apropriação pelo fazer social. Com o advento das novas mídias e das possibilidades tecnológicas da *web 2.0*, a midiatização alcança patamares que possibilitam o campo comunicacional e as formas de atuação e organização social adquirirem feições de interatividade, fluxo e compartilhamento de informações nunca antes experimentados.

O terceiro capítulo tratou de evidenciar como se organiza a midiatização da Igreja pelo estudo das práticas católicas possíveis a partir do portal *cancaonova.com*. Com a investigação exploratória realizada com foco nas práticas católicas de formação, liturgia e oração, foi possível aferir que o processo de midiatização modifica a práxis religiosa e oportuniza o surgimento de um novo religioso, compreendido como neodevocional midiático.

Em resposta a problemática da pesquisa: **como se dá a afetação das lógicas comunicacionais católica e midiática nas práticas midiatizadas da Canção Nova na internet**, consideramos a atuação da Canção Nova na internet como marcada pela presença desses dois tipos de lógicas que se evidenciam no comportamento e nas modificações das práticas católicas presentes no portal

cancaonova.com. Dessa forma, a afetação da lógica comunicacional católica e da lógica comunicacional midiática acontece no nível do neodevocional midiático que emerge das modificações presentes nas práticas católicas que se mediatizam ao se realizarem na ambiência virtual.

O estudo de caso revelou as processualidades da mediatização da Igreja pelas evidências levantadas na exploração das práticas católicas presentes na atuação da Canção Nova na internet. As modificações encontradas nas práticas estudadas foram usadas como marcas para se entender o processo de afetação das lógicas.

Em resposta os objetivos específicos, podemos discorrer:

O primeiro objetivo levantado por este trabalho foi o **de mapear a ocorrência e o funcionamento das práticas católicas no portal cancaonova.com**. A exploração no portal, que teve como foco a ocorrência das seguintes práticas católicas: formação, liturgia e oração; constituiu-se a primeira etapa metodológica da pesquisa e localizou a existência de práticas católicas espalhadas na maioria dos canais do portal. O mapeamento do funcionamento dessas práticas evidenciou modificações. Ao tomar para si as possibilidades tecnológicas da internet, cada uma das práticas católicas sofreu alterações nos seus modos de funcionamento. O agrupamento das modificações encontradas nos possibilitou entender que as práticas católicas no portal da Canção Nova não funcionam da mesma forma que no contexto histórico-real, mas se organizam como práticas católicas mediatizadas.

A classificação em práticas católicas mediatizadas é formada por três categorias. A categoria de sacralidade virtual é resultado da alteração do regime de sacralidade observado no neodevocional midiático disponível no portal. Dessa forma, ao dar aos conteúdos religiosos uma abordagem informacional, ao tratar de temáticas de espiritualidade e doutrina diluídas em questões do cotidiano e ao se utilizar do virtual como item de espiritualidade, as práticas católicas mediatizadas conferem sacralidade a elementos profanos e dessacralizam elementos que historicamente eram revestidos de sacralidade.

Outra categoria classifica as práticas católicas mediatizadas em políticas terapêuticas. Isso, porque no portal o religioso é encontrado recoberto de um caráter de serviço, como um pronto-socorro espiritual. As práticas católicas mediatizadas se mostram como uma resposta às necessidades pessoais não atendidas do fiel ou como elemento facilitador da experiência religiosa daqueles que possam apresentar

dificuldades de acesso e participação nas atividades religiosas das comunidades presenciais. O fazer religioso assim concretizado repetidas vezes toma ares de exercício terapêutico, como se o ato de navegar no portal já possibilitasse o suprimento das demandas espirituais do fiel.

Por fim, a categoria do protagonismo sociotécnico do fiel revela o entendimento da prática católica midiaticizada como a apropriação da tecnologia por parte dos fiéis, ocorrida no intuito de construir suas atuações e vivenciarem o neodevocional midiático. Apesar de o próprio fiel construir a sua experiência religiosa dentro das ofertas midiaticizadas de religião, ainda encontramos a presença de peritos responsáveis por mediar o contato com o religioso. No portal, o corpo de peritos aparece formado por membros do clero, personalidades da mídia católica e lideranças carismáticas. Mesmo com a interatividade da internet, que poderia garantir uma postura mais ativa, o protagonismo do fiel fica restrito à escolha de conteúdo e às possibilidades sociotécnicas do portal.

O segundo objetivo específico relacionou-se a **identificar a presença de afetação entre as lógicas comunicacionais católica e midiática nas práticas católicas midiaticizadas da Canção Nova na internet**. A identificação das lógicas comunicacionais presentes no portal foi feita através da análise da fala dos entrevistados e das práticas católicas midiaticizadas. As presenças da lógica da transmissão da informação e da lógica da ambiência revelaram também diferentes posturas em relação ao portal e a atuação da Canção Nova na internet.

Sendo assim, a lógica da transmissão da informação avalia o portal *cancaonova.com* como um grande produtor de conteúdo católico-cristão que tem nas possibilidades tecnológicas da internet o potencializador da transmissão da mensagem evangélica, sem maiores implicações no religioso. Assim, a atuação da Canção Nova na internet objetiva a ampliação da capacidade de atendimento espiritual disponibilizando sempre a maior quantidade e diversidade de conteúdo católico que traga em si a força para evangelizar. A prática católica midiaticizada de políticas terapêuticas também evidencia a lógica da transmissão da informação

No que diz respeito à lógica da ambiência, o portal é entendido como uma porção da ambiência existencial midiaticizada, na qual a experiência religiosa se modificada pelas novas possibilidades de atuação e de vínculo trazidas pela condição sociotécnica da midiaticização.

Nessa perspectiva, a Canção Nova atua na internet como uma rede interligada de ferramentas tecnológicas e possibilidades de experiência de um religioso modificado pela virtualidade. A lógica da ambiência apresenta a vivência do religioso atrelada à utilização da gramática da internet e das ferramentas tecnológicas, não dependendo apenas de elementos espirituais e disposições pessoais para ser experimentado. As práticas católicas midiáticas de sacralidade virtual e protagonismo sociotécnico do fiel são entendidas como organizadas segundo a lógica da ambiência.

Por fim, após os passos metodológicos e as considerações acima expostas alcançamos o objetivo geral desse estudo de “analisar como se dá a afetação das lógicas comunicacionais católica e midiática nas práticas midiáticas na Canção Nova no portal cancaonova.com” a partir do entendimento sobre a presença de uma terceira lógica no portal, entendida como a lógica do desdobramento.

Como visto no estudo das práticas católicas midiáticas, as lógicas da ambiência e da transmissão da informação coexistem, organizando de diferentes modos a práxis religiosa na internet. Contudo, percebemos que há momentos que essas lógicas também se afetam e dão origem à lógica do desdobramento.

Diferentemente das outras lógicas encontradas no portal, a lógica do desdobramento vai dizer respeito ao neodevocional midiático. A afetação das lógicas ocorre no nível do religioso, no neodevocional midiático encontrado no portal, já a coexistência acontece no nível da atuação, nas práticas possíveis a partir do portal cancaonova.com.

Dentro desse contexto, a experiência religiosa se modifica, ao ser desdobrada em diferentes abordagens, esferas de experiência, conteúdos e práticas de mídia. O religioso deixa de ser restrito à esfera da espiritualidade, à frequência a Igreja, às reflexões espirituais e doutrinárias e passa a ser vivenciado na ordem prática da vida, pelo acesso à internet, por mensagens de celular, por temáticas cotidianas, por vídeos, fotos e textos que ensinam a enfrentar melhor os problemas comuns da existência.

A análise nos proporcionou ainda o entendimento que o neodevocional encontrado no portal da Canção Nova pode ser percebido de forma desdobrada em três blocos de experiência, que são: informação, venda e vínculo.

Na lógica do desdobramento, o conteúdo religioso recebe um tratamento que o formata como qualquer outro tipo de informação disponibilizada na internet. Dessa

forma, ao invés de vivenciá-lo, o fiel pode apenas se informar sobre o neodevocional midiático presente no portal.

No que diz respeito à experiência de venda, o portal toma feições de estratégia mercadológica, que coloca à venda mais que produtos religiosos, mas oferece um estilo de viver a fé, o jeito Canção Nova. Os apelos para arrecadação de contribuições e de recrutamento de novos sócios para a Canção Nova também reforçam o caráter de venda presente no portal.

Já a questão do vínculo emerge das possibilidades interativas do portal e das oportunidades de contato entre fiéis e entre estes e a Canção Nova. No portal, a Canção Nova dá a conhecer seus modos de funcionamento e seus bastidores, que são mostrados de maneira permeada pelo neodevocional, o que gera a sensação de proximidade e pertencimento.

Durante este estudo, a nossa suposição foi de que a midiatização da Igreja não acontecia de forma homogênea, mas em duas maneiras diferentes, entendidas como zonas de afetação e núcleos rígidos. As zonas de afetação seriam porções mais fronteiriças em que as lógicas se afetariam de maneira direta, dando origem a diferentes práticas e chegando ao ponto de originar uma nova lógica de orientação católica midiatizada. Já os núcleos rígidos, diriam respeito a porções da ambiência midiatizada em que as lógicas se preservariam de processos de afetações mais intensos, apenas coexistindo.

Entretanto, o desenvolvimento da pesquisa nos oportuniza compreender que essa heterogeneidade da midiatização da Igreja não se dá sobre os mesmos aspectos. Como demonstrado no estudo das práticas católicas no portal e as suas modificações, foi possível identificar a presença das duas lógicas comunicacionais, a católica e a midiática, organizando esse fazer religioso na internet.

Apesar das modificações observadas nas práticas católicas que passam a se dar a partir da *web*, entendemos que o aspecto da práxis religiosa se organiza como um núcleo rígido. As práticas católicas se modificam, mas os dois tipos de lógicas que as regem ainda são identificáveis e tornando possível o reconhecimento de orientações católicas e midiáticas nas práticas católicas midiatizadas no portal.

Nesse sentido, entendemos que no nível mais operacional, que é o nível das práticas religiosas, o processo de midiatização de certa forma é controlável e depende de aberturas deliberadas do religioso para o midiático. Por isso, as afetações não ocorrem de maneira homogênea, pois o gerenciamento do fazer

religioso na internet se preocupa em manter de forma identificável a ancoragem com o fazer religioso tradicional e presente no histórico-real.

Por outro lado, nem todos os aspectos são controláveis e o adentrar na ambiência midiaticizada afeta o religioso de maneira a possibilitar o surgimento de um neodevocional midiático e de uma hibridização de lógicas ao ponto de originar algo novo, a lógica do desdobramento. As afetações de lógicas, as modificações de percepção do real e das formas de atuação, fazem emergir sentidos que escapam ao controle dos campos sociais envolvidos nesse processo de midiaticização da Igreja.

Essa nova ambiência, repleta de mudanças e novas possibilidades, dá margem para um novo devocional, uma nova lógica de organização da experiência religiosa. É nesse sentido que entendemos que o aspecto da experiência religiosa se organiza como zona de afetação, na qual as modificações acontecem de forma mais direta e que o contato entre as lógicas é tão intenso, que acaba originando algo novo.

É nessa lógica do religioso que se desdobra, dos sentidos que escapam ao controle dos campos sociais, de uma zona de afetações intensas, que compreendemos que a midiaticização da Igreja a partir do portal cancaonova.com gera experiências diferentes da experiência religiosa tradicional. As práticas católicas que se modificam, o fazer religioso que se midiaticiza, a internet que confere ao religioso feições de informação, venda e vínculo, colocam-nos diante da midiaticização da Igreja de maneira concreta e desafiadora.

Por fim, entendemos que o estudo das processualidades da midiaticização revela questões do fenômeno midiático que abordagens mais deterministas acabam por não abarcar. Dessa mesma forma, consideramos que o neodevocional midiático se apresenta como uma das facetas da experiência religiosa contemporânea, o que, contudo, não representa a sua totalidade.

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha (Org.). **Visibilidade midiática, legitimação e responsabilidade social**: dez estudos sobre as práticas da comunicação na universidade. Santa Maria: Facos/UFSM, 2005.

_____. Apontamentos em torno da visibilidade e da lógica de legitimação das instituições na sociedade midiaticizada. In: DUARTE, E. B.; CASTRO, M. L. D. (Orgs.). **Em torno das mídias**: práticas e ambiências. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. Apontamentos sobre as estratégias de comunicação mediadas por computador nas organizações contemporâneas. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional. Histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 337-353. v. 1.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BRESSAN, Flávio. O método do estudo de caso. **Administração on line**, São Paulo, v. 1, n. 1, jan/mar. 2000.

BORELLI, Viviane. **Da festa ao cerimonial midiático**: as estratégias de midiaticização da Teleromaria da Medianeira pela Rede Vida. 2007. 382f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2007.

_____. Midiaticização da Romaria da Medianeira pela Rede Vida: da preservação do ritual à fragmentação da festa. **UNirevista**, São Leopoldo, n. 3, p. 1-11, jul. 2006.

CAMURÇA, Marcelo. Tradicionalismo e meios de comunicação de massa: o catolicismo midiático. In: CARRANZA, B.; MARIZ, C.; CAMURÇA, M. (Orgs.). **Novas comunidades católicas**: em busca do espaço pós-moderno. Aparecida: Idéias e Letras, 2009.

CARRANZA, Brenda. Perspectivas da neopentecostalização católica. In: CARRANZA, B.; MARIZ, C.; CAMURÇA, M. (Orgs.). **Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno**. Aparecida: Idéias e Letras, 2009.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Denis (Org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2004

_____. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1998

CONSELHO EPISCOPAL LATINO AMERICANO. **Documento de Santo Domingo: IV Conferência do Episcopado Latino-Americano**. São Paulo: Paulinas, 1993.

FAUSTO NETO, Antônio. Processos midiáticos e construção das novas religiosidades: dimensões discursivas. **Galáxia**, São Paulo, v. 3, p. 151-164, 2002.

_____. **Midiatização, prática social – prática de sentido**. SEMINÁRIO SOBRE MIDIATIZAÇÃO REDE PROSUL. Anais... São Leopoldo: UNISINOS, 2006.

GASPARETTO, Paulo Roque. TV Canção Nova e a midiatização do neodevocional. **Unirevista**, São Leopoldo, v. 1, n. 3, p. 1-12, 2006.

_____. Midiatização da religião: funcionamento do dispositivo. In: SEMINÁRIO MIDIATIZAÇÃO, SOCIEDADE E SENTIDO. **Anais...** São Leopoldo: Rede Prosul, 2007,

GOMES, Pedro Gilberto. **Tópicos de teoria da comunicação**. 2. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2004

_____. O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sócio-simbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e religião. In: SEMINÁRIO MIDIATIZAÇÃO, SOCIEDADE E SENTIDO. **Anais...** São Leopoldo: Rede Prosul, 2007.

_____. **Filosofia e Ética da comunicação na midiatização da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social contemporânea. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 121-138, 2007

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 1996.

MARTINO, L. C. Globalização e sociedade mediática. In: FAUSTO NETO, A.; HOHLFELDT, A.; PRADO, J. L. A.; PORTO, S. D. **Práticas midiáticas e espaço público**. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2001, p.183-199.

_____. A Revolução Mediática: a comunicação na Era da simulação tecnológica. **Razón y Palabra**, v. 50, abr./maio 2006. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n50/alemos.html>>. Acesso em: 10 jun. 2009.

_____. Tempo, Essência dos Meios de Comunicação: a atualidade midiática. In: SEMINAIRE INTERNATIONAL TEMPORALITÉS ET COMMUNICATIONS. **Anais...** Bordeaux, Universidade de Boudeaux, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação com extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petropolis: Vozes, 1994.

PERUZZOLO, Adair Caetano. **A comunicação como encontro**. Bauru: Edusc, 2006.

PAULUS II, Iohannes. **Redemptoris missio**: sobre a validade permanente do mandato missionário. São Paulo: Paulinas, 2006.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Igreja e Internet**. Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 22 fev. 2002. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html>. Acesso em 10 jun 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: interação, cibercultura e cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007a.

_____. O aspecto relacional das interações da web 2.0. **E-compós**, Brasília, v. 9, p. 2-21 ago. 2007b.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aloísio Ramos. **Teorias da comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1990.

RUDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

GUTIÉRREZ, Luiz Ignacio Sierra. **A TELE-FÉ: religião midiaticizada**. Estratégias de reconhecimento de sentidos religiosos do canal rede Vida de Televisão em Porto Alegre-RS. 2006. 560f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2006.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Do Santo Ofício à libertação**. São Paulo: Paulinas, 1988.

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

SOUSA, Ronaldo José de. **Carisma e instituição**: relações de poder na Renovação Carismática Católica do Brasil. Aparecida: Santuário, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRIVINHO, Eugenio. Cibercultura e existência em tempo real: contribuição para a crítica do modus operandi de reprodução cultural da civilização midiática avançada. **E-Compós**, Brasília, v. 9, p. 1-17, ago. 2007.

VÉRON, Eliseo. Esquemas para analisis de la mediatización. **Revista Diálogos de la comunicación**, Lima, v. 48, p. 9-17, 1997.

YIN, Robert. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ANEXO

ANEXO A – Roteiro de entrevista

- Como surgiu o portal? Com que objetivos?
- Explique o seu trabalho (objetivos, rotinas produtivas).

- Como é definido o conteúdo do portal? Há conteúdos exclusivos para internet? Quais os objetivos? Quais os critérios de seleção?
- Como a prática da formação é pensada e organizada no portal?
- Como a prática da oração é pensada e organizada no portal?
- Como a prática da liturgia é pensada e organizada no portal?
- Você considera que essas práticas são possíveis no portal?

- Como a Canção Nova decide por utilizar uma nova ferramenta da rede? Há critérios para isso? Há um planejamento?
- Quais são os critérios que definem os recursos técnicos utilizados em cada conteúdo/canal/tema? Quem define? Há um planejamento?
- Como é pensada a interatividade do portal? Quais são os objetivos?
- Qual desses fatores é mais importante no gerenciamento do portal, o conteúdo ou o formato que ele será apresentado?

- Qual a relação do portal com as outras mídias da Canção Nova? Como essa relação é pensada e gerenciada?
- Qual a relação entre as diferentes atuações da Canção Nova na rede (portal, *twitter*, *Second life*)? Qual o objetivo?
- Qual a importância do portal dentro do Sistema Canção Nova de Comunicação?

- Você acha ser possível ter práticas religiosas no portal?
- Você percebe diferença entre as práticas religiosas nas diferentes mídias da Canção Nova? Quais?
- Qual a diferença do portal da Canção Nova para os outros portais religiosos do Brasil?
- A internet contribui para a evangelização? Quais os pontos positivos desse uso?
- Quais são os pontos negativos do uso da internet na evangelização?
- Quais as conseqüências da entrada do religioso da internet?

- Porque usar a internet? (qual é o objetivo da Canção Nova ao usar a internet?)