

“Midiatização da Religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento.”¹

Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova”

Paulo Roque Gasparetto²

Resumo: Examina-se aspectos do funcionamento do fenômeno da midiatização da religião caracterizada como “comunidades de pertencimento”, dando atenção para as suas causas, mas, sobretudo, mostrar experiências televisivas que atravessam o cotidiano dos fiéis, deslocando-os para vivências que se realizariam no interior da comunidade demarcadamente sociorreligiosa-televisiva. Mostra-se as estratégias de reconhecimento de sentido religioso e práticas sociossimbólicas religiosas, desenvolvidas por receptores católicos da TV Canção Nova, em Caxias do Sul.

Palavras-chave: midiatização, religião, TV Canção Nova, “comunidade de pertencimento”.

Consideração Introdutória

Tendo como contexto de referência a midiatização da religião, faz-se aqui relato da pesquisa sobre algumas estratégias de afetação do processo comunicacional na instância da recepção telemidiática religiosa. Busca descrever e compreender os sentidos e as estratégias de construção das novas comunidades de pertencimento. Especialmente, estratégias de apropriação feitas por receptores junto aos programas ofertados da TV Canção Nova, em Caxias do Sul.³

Entendemos por “comunidade de pertencimento” um efeito que resulta de um conjunto de operações, de processos de midiatização por meio de tecnologias convertidas em meios que afetam as relações dessa com a instituição e destas com os atores sociais. Em outras palavras, a “comunidade de pertencimento” é um efeito de agenciamento de operações de discurso apropriadas pelo espaço religioso que ao fazer um intenso uso das tecnologias, em forma de meios, institui novas interações com o universo dos fiéis, convertendo-os em atores de suas práticas.

A técnica como fenômeno organizador das práticas sociais passa a redesenhar os modos de ser dos campos e, conseqüentemente, reorganiza o campo religioso e pela sua ampliação faz

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Recepção” da Compós de 2010.

² Doutor em Comunicação pela UNISINOS, São Leopoldo/RS. E-mail: prgasparetto@ibest.com.br

³ Texto extraído da tese doutoral: GASPARETTO, Paulo Roque. *Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova*. Tese de doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2009.

com que parte das práticas do religioso se veem projetadas nas suas conformações. A mídia acaba reconfigurando as comunidades concretas que, dessa forma, organizam os processos por meio dos quais possam ser “vivenciadas” novas formas de comunidade por intermédio do consumo de objetos telerreligiosos, realizando, assim, um sinal de pertença a um grupo concreto.

Veremos que a mídia passa a ser um dispositivo essencial para promover novas formas de organização da “religião do contato”. Isto é, trata-se do surgimento de uma nova experiência religiosa, que só pode ser construída pela mediação da técnica e pelas ofertas de suas operações de sentido.

É uma aliança que se realiza por meio de cruzamentos de operações dos campos midiático e religioso. Essa articulação entre o sagrado, o econômico e o religioso se dá pela presença do fenômeno da técnica, da mídia que está a serviço de uma simbólica direcionada para fazer um serviço de dupla venda: a primeira, de um projeto de “comunidade”, e a segunda, da materialização desse projeto por meio de novas aglomerações, impregnadas de significações, pelas quais vincula-se o sagrado a uma nova noção de religião.

1. O funcionamento da comunidade na perspectiva da recepção.

As reflexões em torno do objeto investigado visam examiná-lo da perspectiva das estruturas e estratégias da recepção. Ou seja, apresentar as apropriações que os fiéis realizam dos programas religiosos televisivos e que nos expõem à vista certa dimensão dessa comunidade.

O objetivo é perceber como essa comunidade se constitui em termos de práticas discursivas da recepção. Por meio dos percursos metodológicos, vamos mostrar como a recepção relaciona-se com a oferta, e dessa relação estrutura aquilo que nos parece ser a sua especificidade no processo de constituição do funcionamento no âmbito dessa comunidade.

Quando falamos na constituição e no funcionamento da comunidade de pertencimento, na perspectiva da recepção, assumimos a posição de que essa “comunidade de pertencimento” é algo que se organiza a partir do contato da recepção com a produção, segundo estratégias discursivas.

Isto é, não estamos considerando esses polos da produção e recepção isolados, pelo contrário eles estão numa complexa e intensa relação. Não é “algo” dado, mas se estrutura a partir de pontos de contato entre ambos. É preciso, então, perceber que a comunidade de pertencimento é efeito de engendramentos, de um conjunto de investimentos técnico, discursivo e simbólico.

Essa constituição se dá em duas perspectivas: uma a partir de um trabalho de produção de sentido no nível do nicho produtivo propriamente dito, e a outra se desenvolve a partir da sua estruturação enquanto recepção. Neste sentido, a comunidade esboça-se no encontro desses dois polos.

No âmbito dessa questão, situa-se a complexidade da relação entre a produção e a recepção que nos dá uma dimensão do ambiente no qual estas duas partes se gestam e que se caracterizam pela multimodalidade de operações, cruzamentos, contatos e processualidades de complexos dispositivos.

Segundo Fausto Neto, não se trata da diluição da existência dos âmbitos da produção e da recepção, mas devemos destacar a presença “de um espaço compartilhado cujo modo de ser dissolve fronteiras fazendo emergir no lugar destas uma nova configuração, chamemos isso ‘redes interdiscursivas’ ou ‘zonas de pregnâncias’”.⁴ Para o autor, esses processos se abrem em bifurcações, operam por meio de acoplamentos de operações enunciativas, gerando novas de produção de sentido.

Constata-se, assim, que a produção, ao se constituir, oferece “algo” para que a recepção se constitua também. Mas a recepção não se constitui automaticamente, mas sim por uma relação de apropriação. É pela tomada sobre a oferta que essa recepção torna-se “alguma coisa”.

Institui-se uma noção sobre circulação como um novo lugar em que se realizam os acoplamentos dessas duas unidades: produção e recepção. Trata-se de uma atividade de interpenetrações envolvendo complexas relações.⁵

Uma formulação que aponta para a circulação como um novo lugar em que se encontram as estratégias de produção de sentido e aquelas produzidas pelos receptores, enquanto atores sociais. Há quem propugne, justamente em tais constatações, que o receptor não é um indivíduo passivo, mas se mostra um âmbito ativo que acaba fazendo outras coisas do que é proposto pela programação.

Repousa neste ponto de vista, uma forte ideia dessa nova realidade de interação – produção-circulação-recepção que se realiza no ambiente da mediatização, em que a circulação não é apenas uma *zona de articulação* entre a produção e a recepção, mas envolve operações

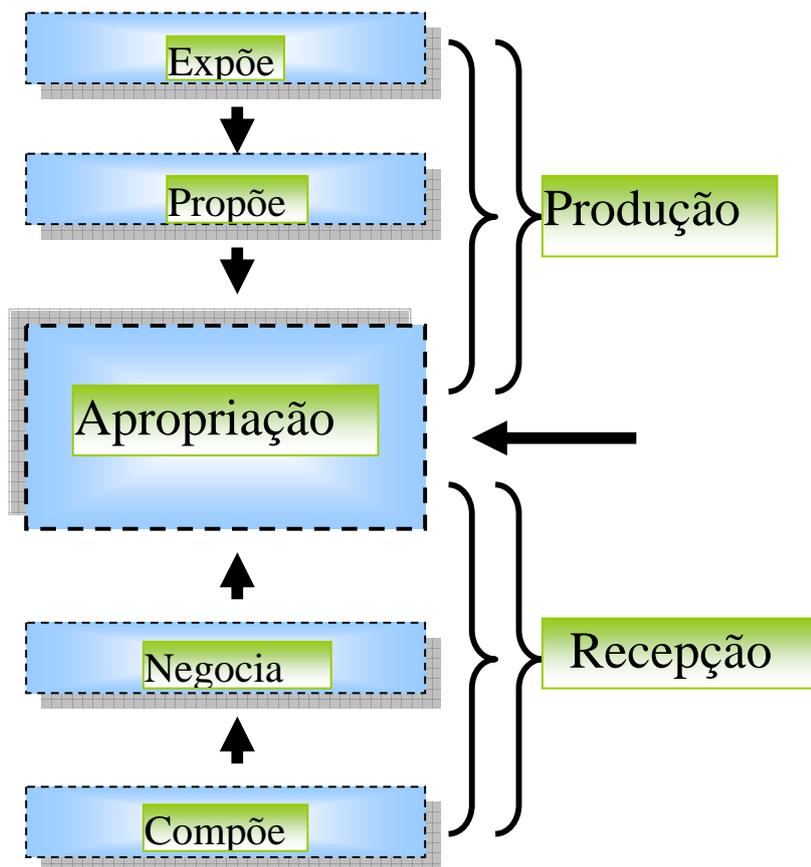
⁴ FAUSTO NETO, Antônio. *Epistemologia do zigue-zague*. Primeiro Seminário de epistemologia e pesquisa em comunicação, Unisinos, maio de 2009, p. 14.

⁵ VERÓN, Eliseo y BOUTAUD, Jean-Jacques. *Sémiotique ouverte*. Itinéraires sémiotiques em communication, Paris, Lavoisier, Hermès Science, 2007.

cujas lógicas, sendo distintas, têm cada uma delas realidades próprias que só elas conhecem. Assim, a produção jamais conseguirá prever todas as apropriações que os receptores realizam na hora do consumo dos programas televisivos.

Através do diagrama de Verón em que aparece a negociação entre produção e recepção gerando a apropriação, por ângulos de reinterpretação próprios, partimos dele para fazermos um segundo diagrama visando compreender os fluxos do processo de interação em que a produção expõe e o nível da recepção apropria-se das mensagens televisivas religiosas. Neste sentido, para tornar visível a problemática desses dois polos da produção e da recepção construímos abaixo o nosso esquema, a partir do texto de Verón da *Ethnographie de L'exposition*, onde ele apresenta na forma de diagrama o seu modelo.

FIGURA 1 – Processo de interação entre produção e recepção



Conforme dizíamos, é esse fluxo do processo de interação entre produção e recepção, onde se realiza o processo de apropriação. O nível da produção expõe e o nível da recepção compõe a partir de operações que são feitas junto à oferta.

2. Lugar da *conversa*ção

Utilizamos três procedimentos metodológicos visando perceber como essa comunidade de pertencimento se constitui em termos de práticas discursivas da recepção: *observação assistemática da programação*, *pesquisa exploratória* e *observação do processo de apropriação*. O objetivo dessas três técnicas é perceber como funciona essa “comunidade de pertencimento” a partir de junções e interpelações que os fiéis realizam no seu dia a dia.

Numa espécie de primeiro olhar, observamos de maneira assistemática a programação das cinco maiores emissoras católicas do Brasil, visando identificar os temas da programação por julgar que neles já estavam contidas algumas noções sobre os perfis dos receptores, níveis de interesses, se considerarmos que já na esfera da programação o emissor pensa construir vínculos com os seus telespectadores.⁶

Num segundo momento realizamos a *pesquisa exploratória* buscando compreender como é que as pessoas constroem esses vínculos que desenvolvem com esses produtos televisivos na construção de uma nova “comunidade de pertencimento”.

Neste sentido, foi elaborado um questionário rápido que levasse em conta perguntas objetivas e focadas no consumo dos produtos religiosos televisivos, fossem de programas veiculados nas emissoras católicas ou de programas evangélicos. Em seguida, por meio de um *questionário em profundidade*, indagou-se sobre as rotinas de assistência dos programas religiosos por parte dos fiéis e pela relação que eles fazem do conceito da existência e dos modos de funcionamento da oferta programativa com o mundo da própria vida.

Num terceiro momento, “mostrando” pela *observação da apropriação* e declarações dos fiéis nos *grupos de discussão* como a comunidade de pertencimento vai se constituindo. Ou seja, como é que os receptores constroem essa pertença a partir de suas articulações com mensagens em oferta a partir do dispositivo televisivo.

Assim, entre 10 de setembro e 10 de outubro de 2006, foi realizada uma primeira aproximação de campo por meio de um questionário rápido que levasse em conta perguntas objetivas e focadas no consumo dos produtos religiosos televisivos, sejam eles de programas veiculados nas emissoras católicas ou de programas evangélicos.

⁶ As principais emissoras católicas do Brasil são a Rede Vida de Televisão, TV Canção Nova, TV Século XXI, TV Milícia da Imaculada e TV Aparecida.

Os bairros escolhidos foram Eldorado, Serrano e Santo Antônio da cidade de Caxias do Sul. O grupo foi contatado no final das celebrações das comunidades católicas, nos grupos de convivência e nos clubes de mães que funcionam nos bairros mencionados. Responderam o questionário 100 pessoas.

Num segundo momento da *pesquisa exploratória*, para identificar tendências nos hábitos de recepção pelos quais estariam criando essa “nova comunidade de pertencimento,” partimos para o *questionário em profundidade*. Foram ouvidas 50 pessoas. O questionário teve 46 perguntas, optando-se por estratégia que envolveu presencialmente o entrevistado e o entrevistador, entre os dias 10 e 30 de outubro de 2006 e 15 e 25 de janeiro de 2007.⁷

Selecionamos sete pessoas que já haviam participado da *pesquisa exploratória* e que se declararam assíduos usuários dos programas indicados, sendo deste conjunto 6 mulheres e 1 homem, residentes em Caxias do Sul. As pessoas escolhidas foram aquelas que demonstraram maior envolvimento com os programas televisivos religiosos e uma interação com pistas claras na construção de uma nova “comunidade de pertencimento”.

Participaram do trabalho desta etapa de forma mais sistemática dois grupos, o primeiro com quatro pessoas e o segundo com três. A escolha dos fiéis que iriam participar do primeiro e do segundo grupo se deu de acordo com os questionários respondidos da *pesquisa em profundidade* em que cada fiel dizia qual o programa religioso sentia-se mais vinculado. A partir desse critério dividimos os fiéis que iriam acompanhar aos programas televisivos da TV Canção Nova das “*Missas de Cura*” e “*acampamentos de libertação*” e o segundo grupo que acompanhavam com mais assiduidade os “*programas de aconselhamento*”.

Todos os voluntários acompanharam o programa no mesmo dia e na mesma hora. Para registrar as apropriações realizadas pelos fiéis-receptores, instalamos uma câmera de vídeo em cada uma das residências. O exercício foi baseado na metodologia de pesquisa de Eliseo Véron e Martine Levasseur,⁸ que examina o processo de apropriação do público com uma exposição num centro cultural de Paris. Para a colocação das câmeras foi conversado com cada participante em particular, na sua casa, perguntando se aceitariam o procedimento.

⁷ Durante as celebrações nos quatro bairros da cidade de Caxias do Sul – São José, Serrano, Eldorado e Santo Antônio – e nos Clubes de Mães do bairro Serrano e São José, o pesquisador consultou quem poderia se constituir em pesquisado.

⁸ VÉRON, Eliseo & LEVASSEUR, Martine. *Ethnographie de l'exposition...*, op. cit.

Nós identificamos seis “espécies” de receptores: receptor-fiel (a *abelha*), ou o fiel que só “suga” o que lhe interessa no programa religioso. A exemplo da tipologia da *abelha*, o fiel só se aproxima da flor que tem néctar. Receptor-fiel (o *peixe*), ou o fiel que assiste aos programas com movimentos lentos e circulares na frente da televisão. Receptor-fiel (a *coruja*), ou o fiel que não se movimenta, mas, simplesmente observa tudo o que passa ao seu redor antes de fazer qualquer ação. Receptor-fiel (a *formiga*), ou o fiel que acompanha o programa religioso passo a passo com a cabeça sempre para o seu objetivo maior que é a televisão e o que vale é mostrado. Receptor-fiel (a *borboleta*), ou o fiel que “pousa” em todos os ambientes da casa. A permanência nos locais segue sempre uma motivação focada em algo que desperta a atenção e se sente atraído. Receptor-fiel (o *polvo*), ou o fiel que consegue realizar inúmeras tarefas midiáticas, concomitantemente.

Suspeitamos, e entretanto, não podemos negar que existem afetações do dispositivo ao trabalho dos sujeitos, enquanto assistem à programação religiosa. De um lado, as afetações se dão por meio da introdução de um “olho” de uma “terceira instância” na vida das pessoas, que é a câmera de vídeo. De outro, contemplou-se os modos como as pessoas reagem com certa indiferença diante da presença da câmera de vídeo colocada na residência.

Neste sentido, dando continuidade ao processo de observação, no intuito de extrair marcas do processo de apropriação dos programas, por parte dos receptores, não mais com a colocação de uma câmera no interior da residência das pessoas, mas por meio da presença e acompanhamento de pesquisadores em tempo real.

Os dados sinalizavam a existência de diferenças entre o primeiro e o segundo procedimento. A câmera, na observação da apropriação, ficou mais discreta. Já com o observador presencial os fiéis sentiram-se mais a vontade. No entanto, os receptores colocaram o observador-colaborador em “outro lugar”, isto é, um “mediador” entre os programas televisivos religiosos e os dramas enfrentados por eles no seu dia a dia.

Em seguida, com a intenção de obter uma amostra mais restrita, visando analisar melhor as estratégias da construção da comunidade de pertencimento dos telefiéis, partimos para a realização de dois *grupos de discussão*. Os dois grupos de discussão seguiram de acordo com os programas assistidos. O primeiro encontro teve uma duração de 2 horas e 45 minutos e o segundo de 4 horas e 10 minutos.

3. Leituras

De forma resumida, indicaremos, dentro do conjunto mais amplo estudado, algumas estratégias de apropriação na constituição da comunidade de pertencimento.

a) Observação assistemática da programação

A principal semelhança da programação das cinco emissoras católicas é que elas são de maior ou menor grau utilizadas como um sistema de valores, um sistema de visibilidades e um sistema de vínculos, os quais são mobilizados pelos processos midiáticos das instituições eclesiais, segundo seus discursos reguladores e suas obras midiáticas. Isto é, usam as novas tecnologias com o objetivo de prolongar a própria voz para que a mensagem do evangelho possa chegar até os fiéis.

b) Pesquisa exploratória

A pré-observação revelou que, pelo universo em que ocorreu a pesquisa, as pessoas estão expostas fisicamente a fluxos de contato com a televisão. Em segundo lugar, se percebe que as pessoas se expõem a certo tipo de programas que tenham alguma orientação para a vida das pessoas. Em terceiro, as pessoas aderem à midiaticização naquilo que é mais intrínseco da liturgia católica, que é o fenômeno da eucaristia. E em quarto lugar existe, por parte dos fiéis, certa diversificação da programação com acesso a programas de outras denominações religiosas, como é o caso do “Show da Fé”, do missionário Romildo Ribeiro Soares, e “sessão de descarrego”, da Igreja Universal do Reino de Deus.

O *questionário em profundidade* deu como resultado um alto grau de preferência pelos programas religiosos dos quais se explicita um convite para que transformem a recepção numa espécie de militância. As pessoas são convocadas a uma atividade para além de um simples acompanhar a programação televisiva. Os entrevistados anunciam que têm preferência por três programas religiosos de modo especial: *Missas da Rede Vida de Televisão*; *“Missa da Cura” TV Canção Nova*; *programas de aconselhamento, TV Canção Nova*; *acampamentos da TV Canção Nova*.

c) Observação do processo de apropriação

É importante que se diga que os “efeitos” dos processos de apropriação são díspares. Isto é, já não se trata apenas de uma apropriação unidimensional, e que vai da produção até a recepção gerando um “efeito”. De acordo com Verón: “la interpenetración existe cuando esto se produce de

maneira recíproca, es decir cuando los dos sistemas se vuelven disponibles el uno para el otro, introduciendo su propia complejidad ya constituida en el otro”.⁹

Emerge desse complexidade, portanto, a comunidade de pertencimento. Os discursos geram efeitos, mas não são necessariamente aqueles efeitos que foram previstos pela produção. Assim, os fiéis reelaboram as mensagens religiosas de acordo com as suas lógicas.

Dentro da perspectiva expressa, os relatos revelam processos de “efeitos de crença”, como se dá nas falas dos fiéis: “dá para gente sentir até o gosto da hóstia”; “Mas a gente vê o que está acontecendo lá. Se a gente escuta no rádio, ele está escutando só, mas na TV ao vivo ele está escutando e vendo. Então é verdade”; “Eu comecei assistir a Canção Nova porque todo mundo comentava sobre os programas”.

Por outro lado, os receptores constituem “efeitos de relativização”, isto é, acabam fazendo outras coisas diferentes daquelas que são propostas pelos programas televisivos religiosos: “o que a gente faz é colocar a TV com um volume bem alto”; “Também não é sempre assim, nesse dia eu tinha que fazer o almoço para a minha mãe que estava doente em casa”. Na verdade, tudo acontece no calor do momento e acaba dando a possibilidade de cada espectador, também atuar nela conforme o momento em que está vivendo as necessidades e as preocupações que atingem cada família.

Na verdade, o que aparece nos relatos é o fato do fiel ter seus sentimentos aflorados pelas dimensões afetivas dos rituais: “dá para ver o rosto das pessoas, os sentimentos”. A noção de *zigue e zague* está associada à imagem do fiel que “pousa” seu olhar nos programas em que os apelos emocionais são maiores, mas que dizem algo para a sua vida. Neste sentido, os receptores são submetidos à novos regimes de produção estruturados em torno de novas lógicas de contato em que o mais importante não é a forma, mas é o “balanço” das flores que atraem os olhares...

Em segundo lugar, os relatos sobre a enunciação televisiva e sua recepção revelam um “efeito de comunidade”, um “efeito de pertencimento numa comunidade”: “agora também me sinto dentro do grupo”; “eles são a nossa comunidade.”; “Eu posso ligar quando eu quiser e as pessoas tratam a gente com carinho, se importam com a nossa presença”.

Essas observações sobre a televisão, e suas formas de organização de contato, permitem pensar como as tecnologias podem se dispor no sentido de criar, via efeitos de sentido, *uma*

⁹ VERÓN, Eliseo y BOUTAUD, Jean-Jacques. *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques...*, op. cit., p. 11.

comunidade que se amplia por intermédio de “pedagogias emocionais” e que se relacionam com uma rede de relações que se religam com cotidiano das pessoas.

No entanto, os processos de observação da apropriação revelam por parte dos receptores “efeitos de inclusão”: “a minha comunidade é aquela que passa na televisão.”; “Estão falando aquilo pra gente”. Os fiéis se sentem parte da comunidade de pertencimento por demandas que aparecem no seu dia a dia: “sei que quando eu estou com problemas tem tanta gente de tantos lugares que estão rezando por mim”.

Neste sentido, o “contrato” entre produção e recepção ultrapassa a simples pretensão do “fazer saber” ou “fazer crer”, para procurar diretamente o “fazer-fazer” da prática religiosa. Gera-se assim uma dinâmica em torno de “efeitos de sentidos” de apropriação nos receptores, que vai dos “contratos de leitura” aos “contatos emocionais” de uma nova comunidade, onde o trabalho midiático articula o religioso, o midiático e o mundo da vida. Os sentidos veiculados e mediados pelos dispositivos televisivos submetendo-se a lógica de outro *contrato de leitura* através do qual se produzem novos sentidos religiosos, numa espiral infinita de recursividades e leituras.

Em terceiro lugar, os relatos sobre “efeitos de interação”: “Eu faço parte dessa comunidade que está lá na televisão”. Os modernos exercícios de telerreligiosidade dos telefiéis além de evidenciar o fenômeno de deslocamento formal da atividade religiosa, da esfera espacial do templo para a atividade tecnodiscursiva da mídia no contexto doméstico, estão instituindo também novos registros discursivos de vinculação. Um contato e apropriação do telefiel da cultura midiática televisiva, como condição atual de produção de sentido e componente central de sua experiência religiosa, de um outro modo de ‘fazer religião’.

O apresentador convida o fiel para a interação e garante que se ficar ligado será recompensado pela sua fidelidade: “eu sei que quando estou com problemas tem tanta gente de tantos lugares que estão rezando por mim”. As pessoas são transformadas numa “comunidade especial de intercessores”.

Em quarto lugar, os relatos que revelam “efeito de TV”: “Porque a fé é necessária 24h (...) é só ligar a televisão.”; “quando o padre está mandando fazer as coisas lá na televisão agente está fazendo também aqui.” É nas operações de contato com a produção midiática televisiva, aonde os telefiéis vão construindo uma nova forma de religiosidade.

É importante re-enfatizar que os relatos dos fiéis revelam também “efeitos de percursos adversos” do que é proposto pela programação televisiva: “Eu me sinto muito envolvido com os

programas que passam na TV, mas eu me sinto mais ainda quando acompanho uma celebração na minha comunidade”. Não existe um “ditame da maquinaria” que obriga os fiéis a realizarem exatamente o que a produção propõe, mas preferem vagar no *zigue zague* dos próprios ritos religiosos entre as comunidades concretas e os programas televisivos: “acaba acostumando e fazendo as coisas. Ajoelha, canta, reza, bate palma, seguro nos objetos religiosos”.

Em quinto lugar, os relatos de “apropriação da ritualização”: “têm muitos dias que estou em casa sozinha que eu sento no sofá e não saio de lá até que termina o programa.” Os rituais constituem-se como dispositivos sociais nos quais há criação da ordem e a hierarquia por meio de uma ação social comum que produz sentido; são ações nas quais a encenação e a representação do corpo humano ocupam o papel central dos programas religiosos midiáticos, a encenação dos dispositivos rituais acontece pela via da representação cênica, de um fazer com sentido simbólico performativo para uma comunidade determinada.

Um conjunto de efeitos de sentido envolve o corpo do fiel, resultantes de operações enunciativas desencadeadas pelo apresentador. No entanto, o corpo não segue as instruções do oficiante e acaba realizando outras coisas como dançar e conversar com a apresentadora.

Em sexto lugar, os relatos de “biografia com a TV”: “Tudo começou em torno de oito anos atrás”. Percebemos as estratégias discursivas da biografia religiosa dos telefiéis, seus pontos de vinculação e contato com a mídia televisiva católica. É uma incorporação da emissora TV Canção Nova no território de suas experiências pessoais com certo grau de familiaridade e preferência.

Podemos assim considerar, que da perspectiva dos fiéis, essa comunidade informação caminha para uma sociedade que privilegia os “grupos” que têm como alicerce o emocional, o sentimental e o afetivo. Entretanto, os fiéis estão dizendo que os discursos religiosos se encontram na cotidianidade das suas vidas: “Todo mundo comenta sobre os programas”; “As nossas conversas acabam sendo em torno do que se passa na televisão”; “Depois eu comecei a falar para minha futura sogra”. Parece que está religião que emerge da mídia só é possível a partir do mundo da vida dos fiéis.

Ou seja, este pertencimento também implica certo nível de compreensão do fiel do que representa essa adesão: “Mas parece que está faltando alguma coisa”; “As celebrações mudam de jeito”; “Na televisão eles têm filmadoras colocadas em todos os lados e a gente consegue ver

melhor”. Uma compreensão seletiva, analítica e classificatória em que o fiel participa nas escolhas.

Nota-se que, por parte dos fiéis, existe uma racionalidade na escolha dos programas televisivos religiosos: “Escolho somente aquela que me ajuda na minha formação cristã”. Neste sentido, as lógicas que se impõe a essa estratégia são adversativas do que é proposto pela produção.

Existe uma adição que a lógica da recepção faz na oferta em produção dos programas televisivos. Portanto, a interação não se realiza somente com a força da produção por meio do *marketing* bem sucedido, mas essa comunidade de pertencimento é resultado do trabalho da recepção e da invenção que os fiéis realizam no mundo da vida.

Nota em conclusão

A midiática afeta as práticas sociais, afeta as práticas religiosas e constitui uma experiência religiosa que resulta no modo de oferta de sentido, e uma das quais, resulta a constituição de uma comunidade de pertencimento. Na verdade, existe uma ação de processos midiáticos no interior de um campo, chamado de campo religioso reconfigurando e dando a ele uma nova forma de existência.

A pesquisa demonstra que a TV Canção Nova é o lugar que tece a organização e o funcionamento da prática religiosa na direção da emergência da comunidade de pertencimento. Esta comunidade é um efeito da ação técnico-discursiva da TV Canção Nova que afeta os modos de fazer religião hoje.

Dentro da perspectiva expressa, de uma comunidade de pertencimento que parte da oferta religiosa, reiteramos a premissa de que, ao lado de suas diferenças de enfoque e mesmo de sentido, percebemos que há uma comunidade que se organiza e funciona segundo a lógica da mídia. Trata-se de uma religião que se organiza pela subordinação de operações do campo religioso a lógica da mídia.

As contribuições da tese nos oferecem bases para perguntar se essa religião é somente a experiência da TV Canção Nova ou a religião que resulta de lógicas diversas do mundo da vida em que os fiéis estão inseridos?

Reconhecemos a centralidade da midiática que afeta as práticas religiosas e faz surgir uma nova religião. No entanto, ao lado desse papel central da mídia percebemos, também, que há uma religião que emerge da relação da mídia com a sociedade e, por sua

vez, é permeada por diversas lógicas que envolvem processos de interações gerando-se interfaces entre produção e recepção de discursos.

Uma segunda pergunta é como que essa modalidade de midiaticização do campo religioso via a experiência da TV Canção Nova gera a comunidade de pertencimento? Em outras palavras, a comunidade de pertencimento estrutura-se somente conforme as lógicas televisivas ou por meio de cruzamentos que transcendem os limites da lógica televisiva?

O estudo mostra que a comunidade de pertencimento é gerada a partir de duas ações. De um lado, a prática midiaticizadora engendra a comunidade. Uma recepção que deriva de tecnologias, de formas de linguagens e de “sincretismo” dos discursos. No entanto, estes novos formatos de grupos não existiriam se não levassem em conta, também, aquilo que é do mundo da vida e da experiência dos fiéis interagindo.

É verdade que a emergência das novas tecnologias proporciona uma nova organização social e religiosa no mundo em que vivemos. No entanto, também reconhecemos que essa comunidade de pertencimento não se move autonomamente, mas as suas ações se assentam numa pluralidade de lógicas que surgem das inserções com o mundo da vida.

A reflexão aponta que as lógicas da produção são das instituições midiáticas quando uma organização religiosa atravessada por interesses econômicos, que no nosso caso é a TV Canção Nova, atua no campo midiático como as lógicas de socialização, orientação, sensível, “pronto atendimento”, midiaticização, dominação e tantas outras.

Porém, do outro lado, temos a recepção que possuem várias lógicas fragmentadas que se diferenciam da instituição como as lógicas adversas, devocionalismos, inclusão, sobrevivência, celebrativas, demanda, convergência e uma infinidade de outras lógicas.

No âmbito dessa questão, situa-se a complexidade da relação entre a produção e a recepção que nos dá uma dimensão do ambiente no qual estas duas partes se gestam e que se caracterizam pela multimodalidade de operações, cruzamentos, contatos e processualidades de complexos dispositivos.

Assim, o exercício elucidava níveis complexos de interação da recepção na construção da comunidade de pertencimento. Não como algo acabado, mas uma comunidade em processo constante de construção. O discurso que a comunidade de pertencimento parece sustentar é de uma interação que emerge do efeito não somente da oferta, mas de outras dinâmicas que envolvem oferta e o mundo dos fiéis.

A midiaticização gera “efeitos”, mas não somente “efeitos” de uma consequência imediata e unilateral da oferta produtiva. E também não são necessariamente aqueles efeitos previstos pela produção, mas aqueles que são consequência do trabalho de apropriação realizada pelos fiéis, inclusive produzidos por lógicas diferentes. Uma nova realidade que faz emergir relações complexas entre a produção e a recepção.

Nota-se nos relatos dos fiéis que a produção, ao se constituir, oferece “algo” para a recepção. Mas a recepção não se estabelece automaticamente, mas sim, por uma relação de apropriação. É pelas apropriações sobre a oferta que essa recepção torna-se de fato, uma comunidade de pertencimento.

Um retorno ao sagrado de maneira diferente ao qual estávamos acostumados a perceber das religiões institucionais, mas sim uma fragmentação da experiência religiosa no seio da sociedade. No lugar das comunidades clássicas passa a vigorar as comunidades midiáticas do sensível.

Uma sociedade que privilegia o emocional, o sentimental, o afetivo em que a pessoa se sente responsável por aqueles que acompanham os programas televisivos. Assim, os relatos dessas observações sobre a televisão e suas formas de organização de contato permitem pensar como as tecnologias se dispõem no sentido de criar, via efeitos de sentido, uma comunidade que se amplia por intermédio de “pedagogias emocionais” e que se relacionam com uma rede de relações que se religam com cotidiano das pessoas.

Referências

- CERTEAU, Michel de. Croire: une pratique de la différence. In.: *Documents de Travail*, Nº 106. Itália: Università di Urbino, 1981.
- DAYAN, Daniel. Le doublé corps du spectateur. In.:BOURDON, Jérôme. *Penser la télévision: actes du colloque de Cerisy*. Paris: Nathan, 1998.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Epistemologia do zigue-zague*. Primeiro Seminário de epistemologia e pesquisa em comunicação, Unisinos, maio de 2009.
- GASPARETTO, Paulo Roque. *Midiaticização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova*. Tese de doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2009.
- VÉRON, Eliseo & LEVASSEUR, Martine. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et sens*. Bibliothèque publique d'information. Centre Georges Pompidou, BPI, Paris, 1989.
- VERÓN, Eliseo y BOUTAUD, Jean-Jacques. *Sémiotique ouverte*. Itinéraires sémiotiques em communication, Paris, Lavoisier, Hermès Science, 2007.

