

7 Conclusão

Segundo a tradição da Igreja Católica, Deus se comunica com o homem, sendo de Deus a iniciativa de estabelecer um relacionamento com o homem, ao comunicar a si mesmo e ao permitir que o homem faça uma comunicação pessoal com Ele. Assim, a Igreja traz, em sua essência, a comunicação, tanto por ser portadora e guardiã de uma mensagem divina, quanto por intermediar a comunicação entre Deus e o homem. Essa mensagem divina, que fala de vida eterna, de fé, de esperança, de amor, de caridade, de unidade, de ressurreição é o grande “tesouro” e diferencial da instituição.

Segundo W. Buhlmann (1983, p.71), missão é sinônimo de comunicação, de intercâmbio. Assim, a dimensão missionária da Igreja Católica é a de uma igreja evangelizadora, ao modelo do Cristo evangelizador. Ela é “missionária por natureza” e existe para comunicar continuamente a todos os povos a salvação que se dá por meio de um único Deus, Jesus Cristo. Os membros têm a missão de ser também missionários, de dar testemunho aos demais, de anunciar Cristo e sua mensagem a todos. Existe, segundo o autor, uma relação íntima entre seguimento e missão. O homem, ao aderir o seguimento mais próximo de Cristo, consequentemente é enviado a pôr-se a “serviço das causas do reino”.

Buhlmann aponta que antes do Concílio Vaticano II, a missão de comunicar a mensagem de Cristo era delegada aos institutos oficiais, sacerdotes e religiosos. Porém, após o Concílio, os leigos foram inseridos oficialmente nessa missão. A eles foi delegada a tarefa de evangelização do mundo secular moderno. Conforme o autor, a atividade missionária da Igreja se divide no querigma, ou seja, no primeiro anúncio de Cristo aos não crentes e aos que, mesmo batizados, vivem fora da Igreja (descristianizados); e na formação dos cristãos batizados, a fim de levá-los a uma fé mais profunda que inspire toda a sua vida cristã e, posteriormente, os impulse à evangelização.

A exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi*, do Papa Paulo VI, afirma que os leigos, "a quem a sua vocação específica coloca no meio do mundo e à frente de tarefas as mais variadas na ordem temporal", devem realizar uma singular forma de evangelização.

A sua primeira e imediata tarefa não é a instituição e o desenvolvimento da comunidade eclesial, esse é o papel específico dos Pastores, mas sim, o pôr em prática todas as possibilidades cristãs e evangélicas escondidas, mas já presentes e operantes, nas coisas do mundo. O campo próprio da sua atividade evangelizadora é o mesmo mundo vasto e complicado da política, da realidade social e da economia, como também o da cultura, das ciências e das artes, da vida internacional, dos "mass media" e, ainda, outras realidades abertas para a evangelização, como sejam o amor, a família, a educação das crianças e dos adolescentes, o trabalho profissional e o sofrimento. Quanto mais leigos houver impregnados do Evangelho, responsáveis em relação a tais realidades e comprometidos claramente nas mesmas, competentes para as promover e conscientes de que é necessário fazer desabrochar a sua capacidade cristã muitas vezes escondida e asfíxiada, tanto mais essas realidades, sem nada perder ou sacrificar do próprio coeficiente humano, mas patenteando uma dimensão transcendente para o além, não raro desconhecida, se virão a encontrar ao serviço da edificação do reino de Deus e, por conseguinte, da salvação em Jesus Cristo. (EN, 70)

Segundo Hall (1997), a representação é uma parte essencial do processo de produção de intercambio de sentido em uma cultura. Porém, para isso, há o uso da linguagem, dos símbolos e das imagens que são ou representam coisas. Ele questiona se a linguagem simplesmente reflete um sentido que já existe no mundo dos objetos, das pessoas e dos eventos; se expressa apenas o que o sujeito quer dizer, seu sentido intencional pessoal, ou se o sentido é construído mediante a linguagem. Ele observa ainda que a representação é a produção de sentido de conceitos na mente das pessoas mediante a linguagem. É o vínculo entre os conceitos e a linguagem que capacita a referir-se ao mundo “real” dos objetos e dos eventos, ou ao mundo imaginário.

Las implicaciones de este argumento son de largo alcance para una teoría de la representación y para nuestra comprensión de la cultura. Si la relación entre un significante y un significado es el resultado de un sistema de convenciones sociales específico de cada sociedad y de cada momento histórico – entonces todos los sentidos son producidos dentro de cada historia y cultura. No pueden estos sentidos estar finalmente fijados sino que siempre están sujeto a cambio, tanto de un contexto cultural a otro como de un período a otro. Por tanto no hay un ‘sentido verdadero’ que sean singular, incambiable y universal. (Hall, 1997, p.16)

Com a subtração do poder de representação da Igreja em todas as áreas da vida social, função a qual ela foi responsável durante séculos, e o questionamento do discurso e do papel da instituição na sociedade moderna pelas novas frentes que surgiram e delegaram para si o papel de representação e produção de sentido, a Igreja Católica se viu ameaçada. Além da função social e política, ela enfraqueceu-se, também, na missão de comunicação da mensagem evangélica. O pluralismo religioso, o abalo na imagem da instituição, o crescente individualismo, materialismo e consumismo forçaram a Igreja a rever seu papel na sociedade e a traçar novas estratégias para retomar o espaço na construção social da realidade.

A Igreja Católica sempre se posicionou como aquela que é detentora da verdade que pode levar o homem à salvação eterna, à felicidade, à realização pessoal, à paz, e a outras plenitudes de bens. Por meio das doutrinas, normas e dogmas, ela sempre direcionou a conduta dos fiéis de acordo com os preceitos acreditados por ela. Por muitos séculos, ela indiscutivelmente exerceu esse papel de normatização, que era aceito sem muitos questionamentos pelas pessoas.

Para Foucault (1999), verdade é poder, e, muitas vezes, está ligada ao saber. Ele afirma haver um combate pela verdade, ou em torno desta, a qual ele denomina como “o conjunto de regras segundo as quais se distingue o verdadeiro do falso e se atribui ao verdadeiro efeitos específicos de poder”. Ele afirma que a verdade está ligada aos sistemas de poder, os quais a produzem e apoiam, e aos efeitos de poder que induzem e que reproduzem esta verdade. E, segundo Foucault, quem controla o discurso, controla o poder. Segundo Foucault, saber também é sinônimo de poder. Quem possui o conhecimento, geralmente, possui o poder, e este é quem está quase sempre à frente do discurso. Conforme o autor, “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas é aquilo pelo qual e com o qual se luta, é o próprio poder de que procuramos assenhorear-nos” (Foucault, 1999).

Existe, creio, um terceiro grupo de procedimentos que permitem o controle dos discursos. Não se trata desta vez de dominar os poderes que eles detêm, nem de exorcizar os acasos do seu aparecimento ; trata-se de determinar as condições do seu emprego, de impor aos indivíduos que os proferem um certo número de regras e de não permitir, desse modo, que toda a gente tenha acesso a eles. Rarefacção, agora, dos sujeitos falantes; ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer certas exigências, ou se não estiver, à partida, qualificado para o fazer. Mais

precisamente: as regiões do discurso não estão todas igualmente abertas e penetráveis; algumas estão muito bem defendidas (são diferenciadas e são diferenciantes), enquanto outras parecem abertas a todos os ventos e parecem estar colocadas à disposição de cada sujeito falante sem restrições prévias. (Foucault, 1999, p. 26)

A primeira coisa que os grupos emergentes na modernidade fizeram foi tentar desconstruir o discurso religioso e mudar o modo de representação da sociedade. Se antes a vida girava em torno dos bens transcendentais, na modernidade a realidade da vida cotidiana está organizada em torno do “aqui” de meu corpo e do “agora” do meu presente. Este “aqui e agora” é o foco de minha atenção à realidade da vida cotidiana. Aquilo que é “aqui e agora” apresentado a mim na vida cotidiana. (Berger e Luckmann, 2008, p. 39)

Durkheim (1989) afirma que a experiência religiosa se localiza no interior e nos limites de dois mundos: o profano e o sagrado, que são vivenciados não como mundos fechados um para o outro, mas em contínua interação. Na sociedade moderna, esses conceitos de sagrado e profano são relativizados. Cabe ao homem agora escolher o que para ele é sagrado ou profano. Se o sagrado faz o sentimento religioso aflorar, segundo observa Durkheim, ao eliminar o conceito de sagrado, afasta-se também a religiosidade, e assim, o homem passa a viver em um mundo apenas profano, em que o próprio homem é a medida de todas as coisas (éticas, morais, sociais, familiares, ambientais). Ele afirma ainda que “o caráter sagrado das coisas raramente é percebido pela consciência moderna”.

As Novas Comunidades e os Novos Movimentos Eclesiais surgem com a missão de ressacralizar a sociedade a partir dos valores do catolicismo. De conduzir as pessoas a um caminho de volta à religiosidade e de retomar os espaços perdidos para as diversas frentes que surgiram na modernidade. A busca do diálogo com a sociedade é uma das estratégias para se aproximar e conquistar o homem contemporâneo. Se pegarmos o conceito de que secularização é o processo em que se busca compreender o mundo não mais pela lente dos mitos e da religião, mas pela razão, as novas comunidades realizam o trabalho inverso, de fazer com que a sociedade volte a enxergar o mundo pela lente da religião.

Diante de uma sociedade que vê frustrar os planos de felicidade plena por meio da realização pessoal, do consumo e da venda de ilusões, a religião reaparece como aquela que pode dar uma segunda opção de realização e sentido

para a vida. Diante daquilo que a modernidade não consegue satisfazer ou corresponder no plano terrestre, a religião entra para preencher essa lacuna, ao dar respostas que devolvem a esperança de felicidade e satisfação, mas em outra esfera, no plano da subjetividade e da religiosidade. A crise da modernidade, com o colapso das utopias e dos mitos, fez o ser humano buscar experiências que pudessem dar sentido à sua vida.

Se a religiosidade é um traço intrínseco ao ser humano, a religião sempre vai encontrar uma brecha para entrar e se desenvolver na vida das pessoas. O desafio das Novas Comunidades é encontrar as estratégias adequadas para entrar nessa brecha e, assim, retomar o lugar da Igreja no processo de construção do mundo. Não é por acaso que a principal temática das Novas Comunidades é a questão do sentido da vida. No discurso delas, a temática da felicidade e do verdadeiro sentido da existência humana sempre é apresentado como algo que não está no estilo de vida vendido pela cultura de massas nem diversas ideologias seculares. Se o grande mal do período é a falta de sentido de vida, que tem gerado como consequência depressões, transtornos, fobias e até mesmo suicídio, a religião aparece como aquela que pode dar ou devolver o sentido à vida.

Diante do quadro de uma busca individualista de Deus e da vivência de fé sem religião, as Novas Comunidades investem na vida comunitária como forma de atrair essas pessoas que desejam uma experiência mística, mas rejeitam as estruturas da Igreja. A linguagem, a abordagem e a maneira de viver a espiritualidade, bem diferentes do que as pessoas estão acostumadas a ver nas paróquias, são elementos que têm ajudado a desmistificar a vivência da religião católica por meio das Novas Comunidades. O fato desses movimentos não seguirem os modelos tradicionais da Igreja Católica, ao não se fechar em templos ou não terem religiosos ou sacerdotes no centro das atividades, podem ser fatores que têm atraído as pessoas para essa nova experiência religiosa, burlando uma possível rejeição que elas possam ter aos elementos tradicionais da Igreja. O sujeito moderno é “crítico às religiões, por apresentarem regras originadas “desde fora” e implantadas por autoridades pouco dialógicas, e profundamente aberto às novas experiências autônomas de espiritualidades que contemplem o Mistério Transcendente e propiciem orientações para sua vida”. (Panasiewicz, 2012, p. 11)

Após o querigma, a partir do momento em que as Novas Comunidades conseguem atrair e fidelizar aqueles que vão ao seu encontro em busca de experiências religiosas, sejam os católicos não-praticantes ou os sem-religião, elas iniciam o trabalho de formação dessas pessoas para que elas se aprofundem na fé, na doutrina e na vivência comunitária. Assim, posteriormente, elas mesmas se reinserem no corpo da Igreja, como fiéis praticantes e fervorosos, que desejam agora atrair mais pessoas a essa experiência e trazê-las de volta para a Igreja. Se em um primeiro momento, essas pessoas foram atraídas pela experiência emocional e individual, sem aparente relação oficial com a Igreja Católica, ao entrar no escopo das Novas Comunidades, é a experiência da formação, do viver em comunidade e pertencer à Igreja que passa a marcá-los e firmá-los na caminhada. De evangelizados, eles passam a ser evangelizadores,

Porém, ao contrário do que ocorria na Idade Média, o discurso da Igreja precisa promover o debate e o esclarecimento. Não estamos mais diante de uma sociedade que aceita passivamente como vontade de Deus tudo aquilo que a Igreja afirma. O homem moderno, além de ser diariamente bombardeado por diversas “verdades”, valores e ideologias, não aceita mais “digerir” ideias sem que ele possa formar a própria opinião e tomar as próprias decisões. A Igreja entra como mediadora da relação homem-Deus, mas a decisão é pessoal, individual. Daí a importância e especial atenção que as Novas Comunidades dão ao processo formativo, através de diversas pregações, retiros, cursos, com temáticas que vão desde a área humana (namoro, mercado de trabalho, relacionamento familiar, depressão, consumismo, etc) à espiritualidade (uso dos carismas, discernimento da vontade de Deus, doutrina da Igreja, etc).

Se a linguagem e a atuação das Novas Comunidades são novidade na Igreja, a base estrutural delas não. Ao examinarmos a história das principais espiritualidades da Igreja, percebemos que as Novas Comunidades são, na verdade, um processo atualizado, mas de continuação dos fenômenos religiosos que sempre surgiram na Igreja. Na comunidade Shalom, por exemplo, as espiritualidades franciscana e carmelita são fonte de inspiração e influência na vocação, como a vida de oração, a fraternidade, a missionariedade e a radicalidade evangélica. A disciplina na vida de oração, a *lectio divina* e a importância dada ao trabalho são inspirações beneditinas que influenciaram não só a Shalom, mas

quase todas as Novas Comunidades e ordens religiosas nos últimos séculos. Dos Jesuítas, por exemplo, a importância dada à formação, a experiência espiritual e busca da vontade de Deus acima todas de as coisas são características presentes nas Novas Comunidades. Elas marcam as grandes características da Igreja Católica que são a diversidade e a continuidade. Muitos são os fenômenos religiosos, mas que comungam de uma só doutrina e um só líder. As experiências que deram certo são repassadas e atualizadas, mas sempre no intuito de gerar unidade no corpo místico que é a Igreja.

Se no mundo real as Novas Comunidades têm conseguido êxito na evangelização e têm se expandido cada vez mais por diversas regiões do Brasil e fora dele, no mundo virtual e digital esse sucesso pode ser questionado e precisa ser analisado com cautela. Compreendemos que a missão da Igreja é anunciar e formar. Para isso, ela tem se utilizado amplamente dos meios de comunicação para este fim. O problema ocorre quando as mesmas estratégias usadas no mundo real são transferidas, sem a devida adaptação, para o ambiente das comunicações.

Para cada veículo de comunicação existem estratégias, ações e linguagens próprias que precisam ser dominadas para se alcançar o resultado que se deseja. A sociedade industrial compreendeu tão bem isso que criou os meios de comunicação e, com eles, implantou a cultura de massas, que instituiu um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas, que penetra nas mais diversas culturas, inclusive a religiosa, modificando-as segundo os seus interesses (Morin, 1969). Os meios de comunicação permitem a disseminação em massa de informação facilitando a construção de consensos sociais, a construção e a reprodução do discurso público. A cultura de massas trabalha com o imaginário, criando arquétipos que são vendidos à população como modelos ideais a serem desejados. A indústria cultural “padroniza os grandes temas romanescos, fazendo clichês dos arquétipos em estereótipos”, e lança-os à população. Assim, tenta criar modelos que deseja de comportamento, mentalidade, cultura, religiosidade, consumo.

Uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e de

identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis, os deuses). Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária; ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário, que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade). (Morin, 1977, p. 17)

No entanto, percebe-se que falta às Novas Comunidades maior entendimento da dinâmica da construção da cultura de massas e da utilização dos meios de comunicação. Elas herdaram da Igreja Católica a característica da oralidade. Desde os apóstolos que saíam às cidades, subiam nos púlpitos e discursavam em defesa do Evangelho de Jesus Cristo; passando por Francisco de Assis e São Domingos de Guzmão que, mil anos depois, mantinha o mesmo modo de chegar às pessoas, por meio da pregação nas praças das cidades por onde passavam e conseguiam, com o poder da palavra, atrair milhares às suas exortações e formar discípulos. A palavra continua a ser a maior ferramenta da Igreja.

Walter Ong (1998) ressalta a importância da linguagem para a comunicação e afirma que a fala é algo inseparável da nossa consciência. Segundo ele, os discursos na forma original oral têm fascinado os seres humanos há séculos e continuam a encantar até hoje, mesmo após a invenção da escrita. A Igreja Católica, que desde o início é especialista em oratória, utiliza-se bem desse grande diferencial. Ela sempre procurou estar presente na vida das pessoas, na evangelização “cara a cara”, estabelecer laços e afetos com os fiéis, ser acessível a todos e em todos os lugares. As Novas Comunidades valorizam bem essa virtude herdada, comprovada pela prioridade que elas dão à formação, à realização de grandes eventos de evangelização, em que são realizadas pregações para milhares de pessoas.

A palavra, o discurso, o uso da língua com suas potencialidades de persuasão e atração são os grandes instrumentos que há séculos estão sendo utilizados pela Igreja Católica, que agora se apropria dos meios de comunicação para reverberá-los ao maior número de pessoas. A Igreja descobriu o caminho que o tecnopólio utiliza para atrair e persuadir as massas, ou seja, a união entre a palavra e a tecnologia. Como Neil Postman (1994) observa, a palavra é um

mecanismo capaz de direcionar os nossos pensamentos, que pode gerar novas ideias ou exaltar antigas, trazer à tona ou ocultar fatos.

No anseio de atingir um maior número de pessoas e de atrair o homem moderno, em especial o público jovem, as Novas Comunidades passaram a utilizar os meios de comunicação para a evangelização. No entanto, percebe-se que elas cometem o erro de tentar reproduzir no rádio e na TV as mesmas estratégias e discursos que realizam nos palcos e encontros dos movimentos. Com isso, correm o risco de tornar os seus meios de comunicação um instrumento mais para a formação de um público fidelizado e interno do que propriamente para o kerigma, para a evangelização daqueles que não praticam a religião. Não há como fazer no rádio o mesmo percurso que se faz com as pessoas que iniciam a caminhada religiosa: querigma, seguido de engajamento em grupos de oração, formação do fiel, envio missionário. Nos meios de comunicação, não se sabe quem está do outro lado e, se o objetivo principal é a evangelização, o formato da mensagem religiosa ideal é a querigmática, acessível e atraente para todos os públicos. Pode-se reservar espaços e momentos para a formação dos já engajados, que devem ser bem divulgados.

O que percebemos nos programas analisados é, primeiro, a falta de preparo técnico e profissional para realizar a programação, os quadros, a abordagem dos assuntos. Como é comum na Igreja, conta-se mais com a boa vontade das pessoas na realização das ações do que na profissionalização. Segundo, acreditamos que falta um discernimento do que pode ser dito para um público externo, por meio da rádio, e o que convém ser dito apenas no âmbito interno, como, por exemplo, os grupos de oração. Conteúdos que são mais apropriados de serem levados para pessoas já evangelizadas e engajadas na comunidade, acabam sendo expostos publicamente na rádio, algo que pode gerar interpretações, até mesmo negativas, por um público leigo que não é participante do movimento.

Se o intuito da Comunidade Shalom e da Comunidade Canção Nova é veicular programas institucionais, isso deve ser feito internamente para um público cativo. Os programas Tempo de Viver e Tarde Especial desempenham relativamente bem seus papéis, embora em muitos casos não seja conveniente que determinados assuntos e comentários sejam expostos nos meios de comunicação,

principalmente sem o devido aprofundamento e preparo. Agora, se a intenção é realizar programas para evangelizar e formar um público não católico ou católico não-praticante, é necessário compreender a dinâmica dos meios e da cultura de massas, aprimorar a linguagem e o discurso e rever a linha editorial dos programas para, assim, conseguir maior eficácia no projeto desejado. O equívoco está em querer reproduzir nos meios de comunicação as mesmas estratégias que são realizadas na evangelização pessoa a pessoa, ou na evangelização em massa presencial.

Segundo Moreira (2012), a Igreja tem dupla finalidade em relação aos meios de comunicações sociais. Um dos aspectos consiste no “encorajar o seu progresso correto e a sua justa utilização para o desenvolvimento, a justiça e a paz da humanidade, para a edificação de uma sociedade a níveis local, nacional e comunitário, à luz do bem comum em um espírito de solidariedade”. Para ele, considerando a grande importância das comunicações sociais, a Igreja tenta hoje dialogar com as pessoas responsáveis pelos veículos para a formação de uma política das comunicações. Este diálogo implicaria à Igreja um esforço para compreender os mass media, os seus objetivos, estruturas internas e modalidades e, a partir desta compreensão, fazer propostas significativas para afastar os obstáculos que se opõem ao processo humano e à proclamação do Evangelho.

Contudo, a solicitude da Igreja, nos seus mais diversos documentos, também se refere, explicitamente, à comunicação na e pela própria Igreja. Esta comunicação é mais do que um simples exercício na técnica, pois encontra o ponto de partida na comunhão de amor trinitário, entre Deus e as pessoas, e na comunicação de Deus com a humanidade.

Por fim, independente das técnicas e dos métodos, aos crentes, Deus continua a comunicar-se com a humanidade pela da Igreja que, por sua vez, continua sendo portadora e guardiã da revelação divina, desempenhando a função de comunicação da boa nova, seja pelos meios de comunicação, seja pelas ordens religiosas e movimentos, pelos leigos, sacerdotes ou pessoas que simplesmente creem na mensagem evangélica. Com isso, a Igreja realiza a missão, dada pelo próprio Cristo: “Ide e fazei discípulos entre todas as nações” (cf. Mt 28, 19).