



Cultura midiática e religião: mudanças nas praticas religiosas, influenciada pelo estabelecimento de um novo referencial ¹

Loabim da Silva VIEIRA ²

Centro Universitário Adventista de São Paulo, Engenheiro Coelho, SP

RESUMO

Nos últimos anos, tem-se verificado o surgimento de uma cultura midiática capaz de alterar os discursos sociais e a maneira como a realidade é vista. O objetivo desse trabalho é analisar como essa influência da cultura midiática e seus elementos comunicacionais tem alterado a visão e o posicionamento da religiosidade. As análises aqui apresentadas são reflexos da leitura de quadro autores que trabalham temáticas sociais ligadas a comunicação e a sociologia. O presente artigo também faz uma reflexão sobre as mudanças estruturais da sociedade que coloca a instituição religiosa em um patamar abaixo da mídia.

PALAVRAS-CHAVE: religião; mídia; cultura midiática; influência da mídia.

INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem por objetivo a análise das ideias de diferentes autores, ligados a área do estudo das comunicações sociais aplicadas a ciências humanas. Com base nessas leituras, pretende-se desenvolver uma linha de raciocínio que permita uma reflexão sobre as possíveis mudanças e adaptações que a cultura midiática tem ocasionado na religião.

Sendo assim, a pesquisa procurar relacionar como a sociedade tem se moldado aos padrões da mídia e como isso influencia em sua percepção dos aspectos religiosos. Comentar o papel da midiatização do campo religioso implica examinar algumas definições, como os conceitos de cultura midiática e as mudanças da sociedade moderna.

Para se desenvolver um estudo sobre a relação mídia-religião é necessário despertar novos olhares, uma vez que a mudança da própria mídia e a sua influencia em nossa sociedade é constante sendo que, a própria religião tem se mostrado mutável dentro dessa relação.

¹ Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces Comunicacionais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

²Graduando do Curso de Publicidade e Propaganda do Unasp, email: loabimsv@gmail.com



Só assim, nos deteremos em compreender como a cultura midiática afeta os indivíduos e como modifica a sua visão da religião.

A religião tem extrema importância na sociedade, pois é capaz de interferir direta e indiretamente em todas as esferas humanas. Devido a isso se faz importante compreender melhor as tendências midiáticas e como essas mudanças podem afetar a sociedade.

Apesar de se falar constantemente dos efeitos diretos da cultura midiática nos diversos âmbitos da nossa sociedade, aplicá-la a religião ainda não alcança números consideráveis de trabalhos e discussões uma vez que, esse tema possui uma grande possibilidade de interpretações e de possíveis teorias que a completem gerando novas interpretações.

Portanto, o trabalho pretende apresentar uma reflexão sobre a pergunta: A religião tem sofrido mudanças devido ao estabelecimento da cultura mediática como um novo referencial?

Este trabalho se baseia no método de reflexão teórica, com as leituras de quatro textos e a junção das ideias dos seus autores, comparando os seus conceitos e aplicando ao tema proposto.

MIDIATIZAÇÃO E MUDANÇAS

O conceito de pós-modernidade está ligado ao fato da sociedade em que vivemos ser uma sociedade de comunicação generalizada, do *mass media* e da cultura mediática. Sendo essa a época em que se torna essencial ser moderno, participar de um mundo em constantes mudanças em que se cultiva e exalta o novo e o original.

Podemos encontrar autores que trabalhem essa temática social em diferentes níveis e épocas. Entre eles encontramos Zygmunt Bauman, sociólogo polonês, autor da obra *Vida Líquida* (2007). Bauman, segundo os críticos de sua literatura, se dedica a estudar a uma condição humana, na qual predominam o desapego, a versatilidade em meio à incerteza e a vanguarda constante do eterno recomeço.

Baseado nesse estudo surgiu o que Bauman chamou de sociedade Líquido-moderna. “Líquido-moderna é uma sociedade em que as condições sob as quais agem seus



membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, da forma de agir.”

A afirmação do autor e o conceito por ele apresentado podem ser aplicadas para essa área de estudo, uma vez que seu significado reforça o pensamento de uma sociedade em constante adaptação.

Ainda sobre a construção desse pensamento, encontramos o argumento de Vattimo, intensificando o papel da cultura midiática na sociedade atual, uma vez que autor afirma que tais mudanças são ocasionadas pelo aumento dos canais de comunicação e pelas fontes de informação.

A intensificação dos fenômenos comunicativos, o aumento da circulação das informações até à simultaneidade da reportagem televisiva em directo ou em aldeia global, não seja apenas um aspecto entre outros de modernização, mas seja de algum modo o centro e o próprio sentido desse processo. (VATTIMO, 1989, p. 22)

Desde o nascimento das comunicações, tanto impressa como oral, através do rádio e da TV, deu-se na sociedade o surgimento de uma nova cultura. Os diferentes meios de comunicação geraram um novo modo de viver, e este por sua vez influenciou a maneira de enxergar a realidade. Criou-se a ideia de que o mundo passa ser aquilo que é comunicado, seja objetivamente ou através das diferentes filosofias, estereótipos de realidade ou ideias surreais da sociedade.

E nesse emaranhado comunicacional surge o que o filósofo italiano Gianni Vattimo, denominou como “sociedade transparente”. Para Vattimo, o que define a sociedade pós-moderna é o ser a sociedade da comunicação generalizada dos media. Por este termo entendesse na realidade o oposto ao pretendido com o termo transparente, uma vez que o mesmo denomina algo limpo, claro. O autor pretende introduzir termos interrogativos.

Que estes (termos) caracterizam esta sociedade não como uma sociedade mais transparente, mais consciente de si, mais iluminada, mas como uma sociedade mais complexa, até caótica e por fim que é precisamente neste relativo caos que exibem as nossas esperanças de emancipação. (VATTIMO, 1992, p. 10)

Tanto Vattimo como Bauman tem como objeto de estudo a sociedade e sua dinâmica e apresentam uma visão de mundo, ainda que em suas diferentes épocas, sempre ligada a um poder que gerencia a sociedade e dita os parâmetros de vida. Assim, podemos



sugerir que a presença da cultura midiática e do *mass media* são, na verdade, uma seqüência de movimentos sociais como o Iluminismo e a Revolução Industrial, uma vez que, a cultura midiática está relacionada a uma determinada visão de mundo, alteração de valores e comportamentos e principalmente com a padronização do consumo.

Cultura midiática é a cultura do mercado pensada e produzida para ser transmitida e principalmente consumida. Mas isso vai além da aceitação do público a esses novos hábitos ou padrões de comportamento, a cultura midiática cria, ou recria, uma visão de mundo, renovando a realidade e a posição do indivíduo nela.

As relações entre as áreas sociais e o mundo midiático se destacam hoje, particularmente, pelos processos crescentes que vêm ocorrendo com a midiatização das instituições, entre elas o da religião, ou seja, suas ações tendem a ser similares ao das mídias.

A religião está muito presente na sociedade uma vez que as próprias crenças reagem aos padrões de vida das pessoas, justificando assim, por exemplo, o aumento significativo e constante da criação de diversas religiões e templos.

O campo religioso apropria-se da cultura e dos processos midiáticos não só para atualizar a existência dos templos e igrejas, mas também para construir sua presença nas novas via de comunicação. Podemos perceber que a religião tem estado mais presente nos grandes meios de comunicação, estendendo seus conteúdos aos portais na internet, a compra de canais de televisão e/ou a presença de programas diários em canais televisivos comerciais, além de anúncios e programas radiofônicos. Nesse sentido, a cultura midiática passa a servir como referência para a organização das novas estratégias para fidelizar e alcançar novos membros das igrejas.

Para mostrar que a cultura midiática se adéqua a realidade da sociedade atual, podemos dizer que a presença dela na instituição religiosa se justifica. Podemos ainda fazer a leitura inversa dos fatores, uma vez que a validade das instituições e a afirmação delas na sociedade só é confirmada quando essa instituição esta presente nos meios de comunicação ou é pautada pelo mesmo. Essas mudanças tem sido necessárias para que a religião não fique retardatória. Tomando a forma do atual sobreviveria na sociedade em que está presente.



Como exemplo de tais mudanças temos a modernidade. Assim como esse período, suas ideologias e filosofias sociais têm sido consideradas ultrapassadas pelos pós-modernos, a religião sofre dos mesmos olhares de transformação, sendo assim, sua forma tradicional e suas características iniciais passam a ser incompatíveis para a realidade de uma cultura midiática.

Sendo assim, diante de tantas mudanças, podemos perceber um novo perfil. Essa religião surge com características de entretenimento indo contra a religião tradicional, apontada e sugerida pela mídia como entediante e, muitas vezes, ultrapassada. E, a religião mais aproximada aos formatos midiática, ganha adjetivos positivos e maior aceitação. Por sua vez, nela não há mais a verdade absoluta, gerando um conflito de mentalidades. Os valores passam a se inconstantes, dependendo do que é imposto pela sociedade midiática no momento. Essa instabilidade faz com que haja uma superficialidade nos assuntos teológicos e torna a religião algo ajustável e confortável, adequado à nova realidade imposta pela cultura midiática, gerando, entre outras perdas, a perda da identidade, chegando a confundir o conceito original de religião e os aspectos sagrados inseridos na terminologia.

Esse perfil midiático tira as principais da religião, o de reflexão e constância e a submete a um modelo de experiência do instantâneo, do aqui e agora. Essa mesma cultura dá a promessa de que a eternidade, dogma básico defendido por muitas religiões, seja sobreposto pela realidade a ser vivida agora, no presente, sendo um reflexo da velocidade - característica da cultura midiática – onde a informação é instantânea.

VELOCIDADE E IRREFLEXÃO

Segundo Baunam, a sociedade foi afetada pelo vírus do “lupen-proletariado espiritual”, vivem o presente e pelo presente. Vivem para sobreviver e para obter satisfação.

Na cultura midiática a durabilidade de um evento é instantânea. As notícias, publicidades e propagandas trabalham com a fluidez estipulado pela mídia, tornando assim todas as coisas dinâmicas, em constante movimento, fazendo com que valores e princípios sejam mudados, tendo como justificativa a velocidade da própria mudança da sociedade.



Esses aspectos são um fluir constante, pois, segundo Horkheimer e Adorno, “nada deve permanecer como era, tudo deve continuamente fluir, estar em movimento. Pois só o triunfo universal do ritmo de produção e reprodução mecânica garante que nada mude, que nada surja que não possa ser enquadrado.” (HORKHEIMER e ADORNO, 2000, p.182)

Podemos encontrar na obra *A sociedade transparente* (1992) um encadeamento a este pensamento. Sendo assim, podemos somar as outras características já discutidas posteriormente, o fator que, a ciência, objetiva e direta, anula o discurso do que Vattimo chama de ‘mitos’. “Por mitos entende-se o pensamento não analítico, narrativo, fantasioso e envolvido nas emoções e não tem, globalmente, têm menores ou nenhuma objetividade.” (VATTIMO, 1992, p. 36)

Entenderemos assim, que as próprias narrativas bíblica, fundamento de muitas religiões perde imediatamente seu valor, que as narrativas da religião, baseadas na fé, no pensamento filosófico e no intangível perde o significado frente à objetividade da ciência. Enfatizando ainda mais essa realidade, o autor afirma que essa é uma característica da sociedade pós-moderna ocidental.

Trata-se da desconfiança difundida na cultura científico-tecnológica ocidental, considerada como modo de vida que viola e destrói a autêntica relação do homem com si próprio e com a natureza, e que esta inelutavelmente ligada, também, ao sistema de exploração capitalista e às suas tendências imperialista. (VATTIMO, 1992, p. 38)

Em concordância a essa realidade encontramos a afirmação de Horkheimer e Adorno, confirmando que a racionalidade técnica é repressiva uma vez que “a racionalidade técnica hoje é a racionalidade do próprio domínio, é o caráter repressivo da sociedade que se auto-aliena” (HORKHEIMER e ADORNO, 2000, p.170) Sendo assim, a mídia, enquanto ciência humana absorve esse discurso de duas maneiras, inicialmente.

A primeira é a racionalidade técnica da mensagem e a segunda é a velocidade da informação. A velocidade das informações pode ser um dos fatores que desvirtua e atrofia a atividade mental do indivíduo, uma vez que, o consumidor cultural não pode perder o ritmo dos fatos de tudo que acontece a sua volta.

Os próprios produtos desde os mais típicos, o filme sonoro, paralisam aquelas faculdades pela sua própria constituição objetiva. Eles são feitos de modo que a sua apreensão adequada, por um lado, rapidez de



percepção, capacidade de observação e competência específica, e por outro é feita de modo a vetar de fato, a atividade mental do espectador, se ele não quiser perder os fatos que rapidamente se desenrolam à sua frente. (HORKHEIMER e ADORNO, 2000, p.182)

Quando agrupamos os conceitos de Vattimo, destacando a sociedade científico tecnológica e os conceitos da velocidade da informação de Horkheimer e Adorno automaticamente anulamos as principais características da religião tradicional. Uma vez que esses conceitos vão contra a uma narrativa mística, dentro dos conceitos apresentados por Vattimo, já o papel de análise e reflexão dos assuntos teológicos é derrubada pela velocidade da informação.

Ainda podemos destacar outras mudanças e aspectos, como por exemplo a durabilidade dos eventos devido a nova cultura do instantâneo.

Dentro da prática religiosa, em suas diferentes denominações e credos, e em suas atividades desenvolvidas para o relacionamento e crescimento espiritual está a prática do culto, seja este individual ou coletivo. Nessas práticas também podemos encontrar vestígios da influência da cultura midiática. A experiência espiritual, coletiva ou individual, assume as características de velocidade da mídia, sendo assim, os momentos de meditação e cultos ganham períodos reduzidos, uma vez que o próprio formato dos cultos tomam o formato dos programas de televisão através do formato ou das ferramentas tecnológicas utilizadas destes momentos.

TAUTISMO

O Tautismo é outro aspecto que podemos analisar. Por tautismo entendesse a mescla de tautologia, autismo e totalitarismo. A lógica da comunicação é o tautismo, uma vez que utilizando se desses atributos, constrói seu campo de influência. Os meios de comunicação criam uma necessidade para comprovar sua existência. Esse movimento é chamado de tautismo por Sfez.

Parte dos estudos de mass media, “chama-se tautologia toda proposição idêntica cujo sujeito e cujo predicado são um único e mesmo conceito”. (SFEZ, 1994, p. 78). Entende-se e, então que a comunicação se prova por sua própria existência. Esse sintoma social faz sentido quando analisamos a sociedade do século 20 como midiaticizada.



A cultura midiática, em todas as suas esferas, cria a necessidade do ser humano de permanecer informado, por sua vez, a fonte de informação é a própria mídia. Ainda sobre essas práticas Sfez descreve que esse mesmo processo que informa, desinforma e cria um emaranhado de conteúdo noticioso indissolúvel.

As práticas midiáticas pelas quais todos nós nos informamos dos acontecimentos do mundo em que estamos mergulhados, não escapam a essa união do representar e do exprimir, que, sobrepondo-os, nos expõe a confusão do emissor e do receptor, sem que possamos mais encontrar nenhuma fonte do real fora do circuito fechado das mensagens que se remetem umas às outras. (SFEZ, 1994, p. 79)

Devido à sua forte influência na sociedade e sua capacidade de se fazer existir, outras instituições sociais já utilizaram do tautismo de forma a direcionar as condutas sociais. Destaquemos duas.

Na era medieval a Igreja era o principal discurso tautológico da época. O diálogo usado por clérigos era a necessidade de Deus, e a igreja oferecia Deus. Os clérigos pregavam a necessidade de Deus, e a igreja oferecia Deus. Portanto, um sistema tautológico. Podemos agora perceber que a comunicação aparece no século XX fazendo algo semelhante, como uma alternativa à religião. Assim, a comunicação desempenha o papel que a igreja desempenhava na era medieval. Ela propõe novas necessidades, e ela mesma atende essas necessidades que ela criou.

Outro sintoma é o distanciamento ligado às práticas religiosas. No século passado, as pessoas não saíam de casa sem ter seu relacionamento, individual ou coletivo, com Deus. Percebemos conduta semelhante quanto à comunicação. A necessidade de consultar os diversos meios de comunicação para saber as informações, acessar canais com informações do cotidiano antes de sair de casa e ainda a necessidade, até compulsiva, de interação nas redes sociais remetem à prática religiosa que foi perdida. Sendo assim a tautologia coloca a comunicação e a sua ideologia como ponto referencial da sociedade, tirando a religião, princípio central da história da humanidade, de sua posição primordial.

Sintoma semelhante foi diagnosticado por Horkheimer e Adorno. Ainda, a realidade tautológica está sobre a indústria e sua cultura, dirigindo a vida dos operários em todas as suas esferas. Assim como o funcionamento das máquinas, repetitivo e constante, a indústria exercia sobre a sociedade uma influência além dos pátios das fábricas,



direcionando o estilo de vida, de diversão e principalmente a conduta de consumo. Assim, a realidade passava a ser aquilo que a própria indústria tinha a oferecer. Os autores dialogam essa ideia com a seguinte afirmação: “A indústria se adapta aos desejos por ela evocados.” (HORKHEIMER e ADORNO, 2000 p.182) Interpretamos que a indústria cria as necessidades que possa suprir, expondo essas necessidades e também mostrando a solução.

De forma geral, o tautismo se apresenta como justificativa para outras vertentes difundidas pela cultura midiática que alteram a visão e percepção da religião, objeto de estudo deste trabalho. Uma vez que no tautismo, torna-se realidade representada por uma realidade expressa. Toma-se o representado pelo representante.” (SFEZ, 1994, p.77), logo, voltamos a ideia de que só existe aquilo que está expresso, por isso a religião tem recorrido a mídia para ser expressa e ser real na vida das pessoas.

Essa existência efetiva criada pelos meios de comunicação remete a um último teórico moderno que trabalha inicialmente com a cibercultura e sua realidade. O autor da sequência a uma outra linha de estudo, construindo o conceito de Glocal e a realidade mediática nele inserido, contudo este não deve ser a sequência de nossa linha de estudo.

Contudo, seus conceitos podem ser sequenciados aos outros autores aqui citados uma vez que trata-se de cultura midiática e a influencia dessa na visão de mundo, destacado nesse estudo sobre a cultura mediática e a religião.

Eugênio Trivinho cria o conceito de “existência em tempo real”. Segundo o autor a percepção de mundo e de existência nele, está relacionado com uma visão de mundo e de existência criado, e retransmitido, através de signos e significados característicos dos próprios meios de comunicação.

A existência em tempo real se funda, necessariamente, não na mediatização de referentes no mundo, mas na própria conversão mediática do real numa profusão de “presentantes” sígnicos simulacionais, capazes, como tais, de vigorarem como realidade primeira, aparo fenomênico absoluto de referência para a relação com o outro e com o si-próprio, com o social, com a história e com a natureza. (TRIVINHO, 2007, p.9)

O fenômeno da existência portanto, só acontece através das vias mediáticas, segundo denomina o autor. “No caso do existir em tempo real, que, como ato processual,



envolve, particularmente, o modo mediático pelo qual, por exemplo, um sujeito se põe na e através da rede.” (TRIVINHO, 2007, p.9).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vemos então, que, primeiramente, a presença da cultura midiática tem ocasionado mudanças estruturais na sociedade, sendo assim é possível notar essas adaptações nas instituições sociais, sobre tudo na religião. Além de se adaptar a essa nova realidade social, o que não é explicitamente caso de estudo desse trabalho, a religião tem perdido o espaço enquanto instituição social mais antiga e de maior influência.

Também é possível perceber que a midiaticização da religião apresenta-se como um fenômeno não apenas do campo religioso, mas sim das práticas sociais, pois a sociedade contemporânea está cada vez mais atrelada ao mundo da informação, dos noticiários e da midiaticização. Em contra partida podemos destacar que esse não é um processo tão recente. Ao analisarmos outros movimentos sociais e épocas apresentados pelos autores, podemos perceber um tom de crítica as constantes alterações ocorridas nas bases sociais, caracterizando a sociedade pós-moderna como maleável.

Uma vez percebida e analisada essa realidade, passamos a ter, e assumir a mesma visão crítica, sem permitir, que nos tornemos apenas receptores dos ditames impostos pela cultura midiática e os meios de comunicação vigentes.

A pretensão não é esgotar a discussão mais sim, gerar novos questionamentos para discussão e análise, uma vez que a temática permite abrir outras linhas de pesquisas, além desta.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

SFEZ, L. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

VATTIMO, G. **Sociedade Transparente**. Lisboa: Antropos, 1992.

HORKHEIMER, M; ADORNO, T. A **indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas**. 2000. In: Luis Costa Lima (org.). **Teoria da cultura de massa**. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro.



TRIVINHO, Eugênio. **Cibercultura e existência em tempo real. Contribuição para a crítica do modus operandi de reprodução cultural da civilização mediática avançada.** Disponível em: <http://migre.me/92REe>. (Acesso em: 21 de Outubro de 2011)

PIGNATARI, Rosa Malena. **Show da fé e de sentido(s):o universo eclesial como mediação sociocultural.** Dissertação apresentada à Universidade Estadual de São Paulo 2009.