

“A religião globalizada”: a representação islâmica e judaica na televisão

Robéria Nádia Araujo NASCIMENTO¹
Emilson Ferreira GARCIA JUNIOR²

Resumo

A problematização deste projeto de pesquisa indaga sobre a construção de significados que a diversidade religiosa veiculada pela Rede Globo suscita, especificamente através do programa Sagrado, destacando a exibição das religiões Islâmica e Judaica. Percebeu-se que, como estratégia de correspondência visual às discussões exibidas (ou seria também um apelo atrativo?), o programa Sagrado investe nos processos imagéticos de subjetivação de cada crença. Sob essa ótica, a globalização da religião torna-se útil para a criação de novos imaginários culturais, cenários favoráveis para diferentes constituições identitárias dos sujeitos, uma vez que, através da mídia, as mensagens de cunho doutrinário fomentam uma nova cultura de fé e pretendem capturar, de algum modo, públicos, que, a cada dia, buscam o sentido da existência em horizontes sociais marcados pela fragmentação das relações humanas, pela perplexidade da violência e pelo individualismo exacerbado. A pesquisa é fruto dos resultados colhidos do Projeto de pesquisa: Em nome de uma fé plural: a diversidade religiosa no programa Sagrado da Rede Globo realizado entre 2011 e 2012.

Palavras-chave: Diversidade. Rede globo. Sagrado. Sujeitos.

Introdução

O vínculo entre mídia e religião reflete o intenso processo de influência dos dispositivos de comunicação no ambiente social. Na nova ambiência, intensamente permeada pelas tecnologias informacionais, os produtos midiáticos se convertem em meios de interação, redefinindo as práticas sociais e tornando-se canais de propagação de intencionalidades e discursividades. As instituições públicas ou privadas se entrelaçam com a comunicação, absorvendo suas intervenções e produzindo novos agenciamentos de ações ou posturas. A isso denomina-se mediação contemporânea. No âmbito da religiosidade, esses entrelaçamentos são visíveis, uma vez que diversas

¹ Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Doutora em Educação. Orientadora de Iniciação Científica (UEPB/CNPQ). E-mail: rnadia@terra.com.

² Graduado em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Bolsista de Iniciação Científica (UEPB/CNPQ). E-mail: emilson.garcia@bol.com.br.

vertentes doutrinárias adotam a TV como matriz de divulgação de seus preceitos. Nesses termos, a intervenção telemidiática propõe um novo estado de percepção da realidade, “uma copresença” capaz de instaurar e unir uma comunidade à distância em torno de suas transmissões, “canalizando sentimentos que tornam os receptores cúmplices da produção e da recepção de seus conteúdos, num compartilhamento cultural de aspirações comuns” (GASPARETTO, 2011, p. 89).

À luz dessa perspectiva, a problemática investigada nesta pesquisa considerou a diversidade religiosa apresentada no Programa Sagrado da Rede Globo, à luz da divulgação islâmica. Uma diversidade que, conforme Negrão (2009), “é sinal dos tempos pós-modernos em que se acentua o caráter subjetivo da experiência religiosa e agrava-se a crise das instituições tradicionais produtoras de sentido” (NEGRÃO, 2009, p. 35). Dessa forma, a empatia social pela múltipla identificação religiosa é uma característica dos dias atuais, para além da criatividade literária conforme alude a epígrafe acima, que traz uma fala do personagem Riobaldo referindo-se ao pluralismo religioso.

Embora a pesquisa situe as mudanças, duplicidades e multiplicidades de crenças vivenciadas por alguns entrevistados, torna-se útil ressaltar que não enfocamos o paradigma da religiosidade em seu viés teológico ou defendemos qualquer ponto de vista dogmático. O objeto de estudo não se centrou na concepção de religiosidade, embora tal viés, necessariamente, perpassasse a discussão empreendida. A pesquisa analisou a proposta do Sagrado, buscando se aproximar de sua recepção na cidade de Campina Grande, a partir de entrevistas em profundidade com representantes das denominações religiosas expostas no programa e com estudantes do curso de Comunicação Social da UEPB.

O surgimento do “altar eletrônico”

Hoje, assistimos a diversas estratégias de entrelaçamento entre os campos da comunicação e da religiosidade, que refletem a tendência da sociedade contemporânea a um horizonte plural de possibilidades religiosas, marcado pelo afastamento das pessoas dos templos, fato que cria uma atmosfera favorável a diversos universos simbólicos facilmente ocupados pelos discursos sedutores da mídia. Nesse sentido, observa-se o

enfraquecimento das tradições religiosas ao mesmo tempo em que emergem as individualidades das escolhas, antes apenas atreladas à presença dos fiéis em seus locais sagrados. De acordo com esse raciocínio, a modernidade rivaliza com a concepção de religiosidade em sua significação original, fazendo com que a sociedade se sinta livre para, ao definir uma programação televisiva, também consiga estabelecer um pertencimento ocasional e empático a vários tipos de fé. Verifica-se, desse modo, a interferência da mídia, especialmente a televisiva, com seus eficientes mecanismos de atração da audiência.

Os campos sociais, suas práticas e suas interações, que se organizam e funcionam tendo como referência a existência da cultura, de lógicas e *operações midiáticas* (FAUSTO NETO, 2008), originam um novo contexto que também atua na produção de sentidos e nas estratégias discursivas das diferentes crenças. Conduzindo mensagens de cunho doutrinário, as mídias não se tornam apenas dispositivos de transmissão de conteúdos, mas poderosos ambientes, capazes de criar sistemas reguladores de registros simbólicos que podem modificar a percepção da realidade. Daí porque diversas manifestações religiosas escolhem os veículos de comunicação, especialmente a TV, para difundir cultos, trabalhos e projetos. Por essa ótica, o desafio de buscar compreender os impactos da diversidade religiosa na esfera da recepção tornou-se coerente, uma vez que possibilitou visualizar até que ponto as estratégias mediadoras da comunicação são eficazes na propagação de práticas e vivências religiosas.

Para o autor supracitado, a própria noção de religião muda substancialmente na medida em que sua ambiência deixa de ser estruturada pela simbólica do campo religioso para ser permeada pelo simbolismo da cultura das mídias. Este novo *locus* - o midiático- proporciona processos de ajuntamentos dos fiéis em torno de uma espécie de comunidade na qual se vive de modo intenso e peculiar, compartilhando um modo de fazer religião diferente e individual, inspirado nos "gêneros", estilos e linguagens das mídias com seus cenários de sedução pensados para capturar a atenção das pessoas.

Martín-Barbero (2002) elucida que as influências dos meios, sobretudo da TV, não podem ser analisadas somente pelos produtos que divulgam, mas pela dinâmica cultural complexa que envolve seus conteúdos. Na verdade, a cultura é que cria com o campo da comunicação uma teia de relações e implicações que os Estudos Culturais têm a missão de enfrentar. Segundo esse campo epistemológico, a dinâmica da TV atua pelos gêneros

e produz uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato do meio e os modos de ler da sociedade com suas diversas apropriações. Nesse contexto, as relações entre midiatização religiosa e realidade social são sempre *culturais*, uma vez que a permeabilidade da ambiência televisiva se torna intensa no cotidiano, transformando o modo como as mensagens alcançam a esfera pública.

A diversidade religiosa e seus redimensionamentos

Portanto, o desafio da pesquisa foi estudar a diversidade religiosa e verificar a dimensão das mensagens transmitidas pelo programa, partindo do pressuposto de que a visão do ecumenismo é (in) formadora da opinião pública, e esta, por sua vez, a realimenta quando lhe atribui propósitos e significados. O programa Sagrado da Rede Globo³ tem duração de dois minutos, integrando uma série que vai ao ar diariamente às 6h05, constituindo-se numa tentativa inédita de uma emissora de TV discutir o ecumenismo no país. Sua estreia ocorreu em 05 de outubro de 2009, numa parceria da Globo com o Canal Futura. Aos domingos, é exibido às 6h50, numa edição especial de 10 minutos, oportunizando o acesso aos telespectadores que perderam algum episódio durante a semana.

Diferentes religiões, cada uma contextualizada por um de seus representantes, participam da série. Além do catolicismo, que faz do Brasil o país com o maior número de adeptos do mundo, e das igrejas protestantes, que tiveram grande avanço nos últimos anos, o programa Sagrado abre espaço para as religiões afrobrasileiras, o espiritismo e para crenças trazidas por imigrantes, como o islamismo, o budismo e o judaísmo. A concepção teve a consultoria de Emerson Giumbelli, professor-doutor em Antropologia e estudioso da temática da religiosidade. Importantes representantes e líderes religiosos participam dos debates, e eventualmente, novos nomes são convidados para o projeto.

o Xeiqe Armando Hussein Saleh (islamismo), membro do Conselho Superior da Mesquita Brasil, em São Paulo), membro do Conselho Superior da Mesquita Brasil, em São Paulo; o Rabino Nilton Bonder (judaísmo), da Congregação Judaica do Brasil;

³ As informações relacionadas ao programa proposto para análise apresentadas aqui foram extraídas do portal www.globo.com/sagrado

Assim, o Sagrado constrói um cenário que acolhe problemáticas cotidianas no qual os diferentes posicionamentos das vertentes buscam destacar o diálogo interreligioso, através das vozes de cada tradição. Para reafirmar a relevância desse debate, a Globo, ao longo da sua programação, realiza inserções diárias dos trechos que foram ao ar, de modo a despertar a atenção para os conteúdos expostos. Assim, enquanto assistem a sua novela preferida, por exemplo, os telespectadores têm acesso aos flashes sobre a temática religiosa.

Em decorrência da complexidade dos campos que mobilizaram nosso interesse nesta pesquisa, entendemos que sua concretização dependeu diretamente do aprofundamento das categorias: *mediação, identidade e diversidade religiosa*, que serão postas em destaque neste Relatório Final no espaço concedido à fundamentação teórica. Salienta Martino (2003) que as pesquisas científicas dedicadas a essa temática, devido à complexidade de suas abordagens, são pouco exploradas, ainda que a relação com a religiosidade seja intensamente construída pela mídia. Sobressai dessa evidência que a Igreja Eletrônica (ou “Altar Televisivo”) é um fenômeno cultural da contemporaneidade, sendo fundamental para o campo da comunicação analisar a influência das práticas religiosas no espaço social e nas mediações dessa natureza.

Mediação e diversidade religiosa

Nos termos de Negrão (2008) a diversidade religiosa abre possibilidades para propagar e popularizar uma espécie de “religião mística”, isto é, um conceito de religiosidade anti-institucionalizado que extravasa as fronteiras das igrejas. Esse conceito não teria relações com uma prática ritualística racionalizada, já que contém um padrão místico, não ascético, individualizado, com fortes tendências sincréticas e pluralistas. Assim, a noção de ecumenismo religioso acompanha as mutações sociais e se transforma na direção das tendências do movimento pluralista: rejeição do clericalismo, individualização, sincretismo, dúvida quanto ao pertencimento religioso. Dentro dessa nova espiritualidade cabem expressões as mais diversas.

O campo religioso em tempos de midiatização, conforme explica o autor referido, aponta o distanciamento dos fiéis da vivência eclesial e dos sacramentos, em direção a pactos religiosos individualizados, diferenciados e solitários. Inicialmente,

isso foi reflexo da laicidade, que criou um cenário propício para a interferência midiática, sobretudo a influência televisiva. Por isso, é expressivo o número de programas sobre questões de cunho religioso. Os “católicos mutantes”, no dizer do autor, se utilizam dessas alternativas e impulsionam a noção de ecumenismo por não serem exclusivos em sua identidade religiosa. Uns acreditam na reencarnação e leem livros espíritas, mesmo que não mais frequentem centros, ou até o façam às vezes; outros retornam aos terreiros de umbanda sempre que enfrentam problemas de qualquer natureza, à procura de soluções “mágicas”. Outros, ainda, compartilham seu catolicismo com esoterismos e orientalismos, a exemplo de meditações. Por fim, poucos são também protestantes ou julgam tal religião melhor que a católica, pretendendo a ela retornar algum dia. “Além disso, os que retornam o fazem sem maior fidelidade à ortodoxia, ou mesmo sem nenhuma vinculação ou compromisso institucional. Criticam aspectos da doutrina da igreja, vista por eles como autoritária e dogmática” (NEGRÃO, 2008, p. 127).

O autor acredita que a maioria dos mutantes ou os *futuros mutantes* religiosos aceitam com naturalidade os convites que lhes são feitos, vão conhecer diferentes grupos, submetem-se a tratamentos espirituais com esperança e sem hesitações e mudam de canal à procura de diversas mensagens religiosas. Há, portanto, uma predisposição favorável ao ecumenismo no convite de se conhecer, participar e vivenciar aproximações com experiências religiosas variadas, pois todas são vistas por esses mutantes “como igualmente boas e caminhos alternativos para o mesmo Deus” (NEGRÃO, 2008, p. 130).

Trazendo essa concepção para o nosso estudo, percebemos que as mensagens do programa Sagrado não falam por si, mas pelas interações que provocam. E o fazem de *determinadas* formas, e não de outras. A religião, como vimos, é poderoso viés de mediação social. Assim, o artifício implícito na proposta da diversidade religiosa, defendida pelo programa, traz um “*manual de uso*”, que é socialmente reconhecido pelos telespectadores, fazendo circular determinados pontos de vista.

Na trilha desse raciocínio, perguntamos a cada líder qual a essência da sua denominação religiosa. Essa atitude favoreceu a percepção dos seus universos religiosos, auxiliando também a percepção das possíveis leituras que o público pode criar a partir dessas informações. O estudo considerou, sobretudo, a compreensão de

que as mensagens de cunho religioso passam necessariamente pelas possibilidades de *recriação social* e não somente pelas ações de receber e decodificar determinados conteúdos. O ato de significação cultural atrela-se às diferentes maneiras de se ler, ver e ouvir, requerendo atitudes e reações. As visões que o discurso religioso do Sagrado desperta implicam, portanto, construções de outros discursos, daí a necessidade de se conhecê-las, mediante os depoimentos das fontes que atuaram como interlocutoras nesta pesquisa.

Conforme Sousa (2002), as pesquisas de recepção, inseridas na esfera dos Estudos Culturais, analisam o mundo cotidiano das pessoas e dos grupos sociais, lidando com a fragmentação de um cenário próprio ao senso comum dos sujeitos incorporando suas falas, seus olhares, seus saberes e imaginários. Dessa maneira, buscam captar as contradições, desigualdades e diferenças que repercutem nos sentimentos de aceitação ou de negação da comunicação, preocupando-se com os estímulos provocados pela mídia. “Assim, tais estudos não se interessam somente pelo ato do *recebimento* das mensagens, mas pelas *relações* que esse ato provoca” (SOUSA, 2002, p.25).

A percepção dos líderes religiosos em torno da pluralidade

O representante do Islamismo entrevistado foi Erickson A. Rahman, de João Pessoa. Informou que a religião ainda sofre preconceito no nosso estado e os meios de comunicação pouco esclarecem a sociedade sobre os postulados islâmicos: *“Infelizmente, existem ainda muitas informações falsas e deturpadas sobre o Islã, muitas difundidas pela imprensa e pelo cinema americano. Há vários anos, a guerra fria teve seu fim, e a “América” necessitava de um novo vilão para justificar seus atos imperialistas. O Islã hoje é rotulado de violento, justamente pelos atos isolados de grupos e minorias que não representam a maioria de muçulmanos pacíficos e cumpridores da vontade de Deus. A resistência é grande e se dá por pura ignorância, mas ao se informar, muitos se deparam com a realidade, e desses, muitos se convertem ao Islã, e outros passam a respeitá-lo.”*

Segundo ele, as informações sobre a denominação religiosa chegam ao público pela internet e por livros, *“mas seria fantástico termos outros meios de comunicação*

como rádio e algum programa de TV, mas infelizmente esses meios ainda não estão acessíveis a nós, pois seus espaços são muito caros. Temos também jornais de algumas instituições Islâmicas no país, que ajudam na divulgação, fora isso, temos a prática da dawah entre amigos, conhecidos e nas ruas, com distribuição de folhetos e livretos.”

Acredita que a divulgação descontextualizada das religiões na mídia televisiva pouco acrescenta à sociedade. *“Algumas religiões com grande poder financeiro acabam por influenciar negativamente as pessoas divulgando doutrinas incompatíveis com a realidade, a exemplo das teorias da prosperidade, onde certos credos exaltam apenas a prosperidade financeira, nada falando sobre a melhoria espiritual. Ou mesmo nas já conhecidas seitas que de forma fraudulenta arrancam dinheiro dos incautos fiéis com técnicas pra lá de questionáveis.”*

Na sua opinião, o ecumenismo no Brasil é uma questão retórica, pois a diversidade religiosa não é de fato compreendida pelas pessoas. *“Vivemos em um país hipocritamente chamado de laico, mas temos visto a predominância da fé católica em repartições públicas com seus crucifixos, feriados nacionais, festas populares e muitas outras práticas que nos foram impostas. O menor sinal de manifestação de outros grupos religiosos tentando uma igualdade de direitos é logo rechaçado e taxado de manifestações de herege, anti-cristo, diabólica etc, etc. A pluralidade religiosa é saudável, pois a caminhada em direção à iluminação espiritual é pessoal, individual e intransferível.”* Entretanto, argumentou que não sente dificuldades em interagir com membros de outras religiões: *“A relação é harmoniosa, pacífica e respeitosa, recentemente fui convidado a participar do fórum de diversidade religiosa do meu estado e fui por anos membro da Igreja Batista. Mantenho a amizade e respeito por todos, pelas diferenças de fé. Fui evangélico por 20 anos, e dentro desses, fiz seminário e me tornei professor de Escola Bíblica e evangelista, pregando em minha igreja e algumas congregações. Fui intérprete de pastores americanos em nossa terra. Mas via que a maioria dos cristãos não praticava a Bíblia, e apenas era cristão nos domingos.”*

Contou-nos que a sua conversão ao Islamismo aconteceu em virtude de um produto midiático. *“Assisti a um filme chamado “Maomé” (The Message) de 1976, que mostra como o profeta Muhammad recebeu a mensagem de Deus. O filme me chamou a atenção e me abriu os olhos para o Islã. Após dois anos, um pastor amigo se converteu ao Islã e eu fui conversar com ele sobre a religião. Peguei livros, busquei outros livros*

cristãos que comprovavam as minhas pesquisas. Vi que o Islã é a religião praticada pelos profetas, por Adão, Noé, Moisés e também por Jesus, pois todos eles se submetiam somente a Deus. Vale salientar que Allah não é um outro Deus, é o mesmo de Abraão, Ismael, Isaque, Jacó e Jesus. Não tive dúvidas e então fiz minha Sharrada (profissão de fé). Para pertencer ao Islã, deve-se crer no Deus único e nos profetas enviados de Deus, entre eles, Muhammad, pronunciar sua profissão de fé em árabe, estar disposto a fazer as 5 orações por dia.”

Avalia o formato do Programa Sagrado positivamente. “Apesar de a própria Rede Globo ser um ninho de divulgação de propaganda islamofóbica, através de seus telejornais e prestando um desserviço divulgando falsas informações sobre o Islã através da novela O CLONE, creio que o programa é um começo de reparação contra o preconceito, um tímido mas importante passo nessa direção. É uma pena que ele não tenha maior tempo de transmissão. Através dele, o grande público derruba tabus e passa a ser melhor esclarecido sobre algumas crenças e sobre o que creem e praticam.”

Lamentou o fato de não haver nenhuma mesquita na Paraíba, pois o estado possui apenas Centros Islâmicos chamados de Mussalah, onde os fiéis se reúnem para orar nas sextas-feiras. Segundo ele, dados oficiais registram a existência de 60 muçulmanos nas cidades de João Pessoa e Campina Grande.

Davi André Menezes foi o entrevistado sobre o Judaísmo (Congregação Amigos da Torá, Campina Grande). Ressaltou que a religião é culta, pois requer a leitura dos clássicos pelos adeptos. “Para ser judeu tem que se conhecer um livro, para ser judeu tem que ler, e para ler tem que aprender (...) Por exemplo, 25% de todos os prêmios Nobel dados aos cientistas hoje são para cientistas judeus, pois a nossa forma de pensar, de ser, é acreditar que o homem, através da instrução, pode alcançar objetivos bem maiores na vida.”

Para ele, não existe penetração de vários grupos religiosos na TV, “com exceção de dois que monopolizam a televisão brasileira, a Igreja Evangélica e a Igreja Católica. Nem o Espiritismo tem espaço significativo,, porque a LBV não é um grupo espírita, embora tenha relações. Os judeus são péssimos em marketing e isso ajuda a manter vivo na sociedade o preconceito contra a nossa religião.”

De acordo com o líder judeu, a sua religião é a fé monoteísta mais antiga da terra. *“Começa com Abraão e já tem 4 mil anos de história. Dela se originam o Cristianismo e o Islamismo. A religião judaica tem como ponto principal um pacto que Deus faz com o homem, acreditando que o ele é capaz de mudar a sua própria história. Então, escolhe Abrão como ser humano capacitado para realizar essa mudança, faz uma aliança com ele, que se torna o primeiro homem a fazer um pacto com Deus, com o transcendental. Ele, então, se torna monoteísta num ambiente em que as pessoas não cultivavam um Deus invisível.”*

E acrescenta: *“O judaísmo é a religião que tem a esperança, traz a esperança, mas não aliena as pessoas. Acreditar que o sobrenatural vem ao socorro, que São Pedro vai mandar chuva, e que as coisas vão acontecer, não. Se a chuva não vem, então vamos criar um método para irrigar as plantações. Nós procuramos soluções, nós não esperamos que as coisas caiam do céu. O Judaísmo não é tem uma identidade ortodoxa, o Judaísmo é uma religião ortoprática, porque você pratica, você tem ações, então é uma religião positiva, mas não positivista, essa é a nossa essência.”*

O seu pertencimento “opcional” pela doutrina que hoje professa atesta, no nosso entender, mais um exemplo de alternância de fé, comum na sociedade atual. *“Eu fui pastor durante 15 anos, mas isso já tem uns 10 anos. Eu estou no Judaísmo há 08 anos, fiz cursos judaicos, então a minha cabeça é outra, eu não penso mais como pastor. Como exemplo de alguém que nasceu em um país cristão, fiz uma escolha, eu optei, estou na religião judaica e assumi essa postura até o ponto de fazer uma conversão formal e fundar uma Sinagoga, pois para se ter uma Sinagoga tem que ter judeus e para se ter judeus, no contexto dessa região, tem que haver uma conversão. Existe essa característica aqui, até porque a Paraíba foi composta durante a sua colonização também por judeus, quase você não vê negros na Paraíba. Você vê descendentes de índios e descendentes de europeus. Então, há essa cultura, essa tradição judaica, nos costumes, na comida, daí essa grande atração em torno de nós e o grande público vem aqui por conta desse interesse.”*

Suas palavras revelam que há preconceito social contra os judeus até hoje, apesar do maior acesso à informação. *“Aqui em Campina a acolhida não era boa, por conta principalmente de algumas posições protestantes de se colocarem contra nós. Agora, as pessoas veem que não somos “comedores de criancinhas”, “papafigos”, os*

matadores de Cristo. Temos o exemplo de Tiradentes, que foi morto e esquartejado, mas nem por isso todos os brasileiros se tornaram assassinos de Tiradentes. Já com o judeu ocorreu o inverso, alguns pediram a morte de Jesus e acabou todos nós recebendo a culpa desse ato, que foi alimentada pela igreja, com milhares de histórias dizendo que os judeus são os assassinos de Cristo, daí o grande repúdio social que ainda sofremos. O nosso intuito é quebrar isso e nós temos conseguido aos poucos bons resultados nessa missão.”

Conclusões

A pesquisa de recepção, realizada através de entrevistas em profundidade com especialistas do campo religioso e com os estudantes, apontou o que Martín-Barbero (2009) denomina de “mercado amplo de ofertas comunicacionais”. Se os meios de comunicação foram pensados com a proposta de “informar” a sociedade, sua ação de “formação” da opinião pública se hibridizou com estratégias de consumo simbólico. Dessa forma, os meios não divulgam apenas ideias mas “vendem” pensamentos. Isso, no nosso entender, exige pesquisas e investigações atreladas às particularidades dos objetos estudados em suas relações contextuais. Portanto, não se estuda o processo de mediação ignorando suas relações com outros campos e com a dinâmica da sociedade. O campo religioso pelo viés do pluralismo não pode ser analisado somente nas suas implicações teológicas, mas nas suas intervenções culturais e na construção da identidade das pessoas, que, a cada dia, reformam seus hábitos e crenças.

Dessa forma, torna-se perceptível, no campo religioso, a grande influência que os novos aparatos da mídia televisiva exercem sobre o consumidor final da programação para o “mercado” dos cultos religiosos, sobretudo os jovens, uma vez que esta parcela social parece ser mais flexível às mudanças comportamentais.

No que tange à utilização da mídia na propagação das diversas crenças, os entrevistados consideram esse artifício como algo naturalizado hoje em dia, embora destaquem que as igrejas evangélicas constituem o segmento que mais se apropria dessa estratégia. O representante católico destacou que a TV é usada para fins mercantis. O budista declarou que não assiste TV, enquanto que o representante do Judaísmo, Davi

Menezes, destacou que os judeus não investem em *marketing* e isso, em sua opinião, mantém vivo o preconceito contra a fé judaica no espaço social

Os entrevistados foram unânimes ao considerar que o horário de exibição do Sagrado é muito curto e deveria ser repensado pela emissora, pois no início da manhã muitos telespectadores se preparam para o trabalho ou estudo, e as donas de casa estão envolvidas nas tarefas do cotidiano. Isso os torna receptores casuais, uma vez que suas atenções são divididas com outros afazeres.

A análise das entrevistas em suas posições implícitas ou não aponta que o repertório dos sujeitos funciona como filtro das mediações da comunicação, ainda que as mensagens de cunho religioso sejam pensadas para além do senso crítico, uma vez que independem do nível intelectual desses receptores. Para Fausto Neto (2002), existe uma cumplicidade implícita do público para com os programas e a oferta diferenciada de seus conteúdos condiciona a escuta das pessoas, criando uma relação intersubjetiva entre os destinatários. Os interlocutores assumem sua condição de modo consciente, porém ainda que desconheçam as regras das enunciações midiáticas, agem de algum modo para se *relacionar* com elas numa relação de convivência.

O estudo possibilitou a percepção de que a linguagem midiática, através de diferentes técnicas e suportes, torna-se hoje a maior fonte de informações sobre o universo religioso, devido ao amplo alcance das mensagens. O programa Sagrado, que aqui ocupou o nosso interesse, consegue aproximar a sociedade dos rituais religiosos, despertando a atenção dos telespectadores, apesar do horário de exibição e do tempo destinado à discussão da diversidade religiosa, considerados pelos interlocutores do estudo os maiores entraves à plena aceitação de sua proposta. Todavia, compreendemos que o papel de socialização religiosa continuará sendo cumprido de acordo com os sistemas de trocas simbólicas criados pela produção do Sagrado.

Referências

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da religião**: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. São Paulo: Paulinas, 2011. 208p.

NEGRÃO, Lísias Nogueira. **Mutantes religiosos**. Tempo Social. Revista de Sociologia da USP. Vol 20. Nº 2, 2008. 416p.

FAUSTO NETO, Antonio. **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades:** dimensões discursivas. Intertexto. Vol. 2. Nº 7. Porto Alegre: UFRGS, 2001. 216p.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação cultura e hegemonia.** Tradução de Ronald Pólito e Sérgio Alcides. 6. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009. 360p.

MARTINO, Luís Mauro. **Mídia e poder simbólico:** um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003. 198p.

_____. **Comunicação e identidade:** quem você pensa que é?. São Paulo: Paulus, 2010. 224p.

SOUSA, Mauro Wilton de (Org). **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 2002. 231p.

_____. **Recepção e comunicação:** a busca do sujeito. IN: SOUSA, Mauro Wilton de (Org). Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 2002. 304p.