

Unidade na diversidade: o templo eletrônico como canal de difusão ecumênica

Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO¹

Emilson Ferreira GARCIA JUNIOR²

Resumo

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. Nessa perspectiva, as diversas estratégias de entrelaçamento entre os campos da comunicação e da religiosidade 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. O objetivo desse estudo é analisar como se constrói essa interface midiática e quais os seus reflexos na construção de novas identidades e significados simbólicos.

Palavras-chave: Comunicação. Intencionalidades. Religiosidade. Identidades.

Introdução

Não podemos ignorar, o fato incontestável de que hoje a mídia tece relações estreitas com a esfera religiosa, seja em seu próprio nome (nas falas de pessoas e grupos religiosos, na realização de programas de rádio ou de TV, nas suas concessões, nas publicações especializadas, na “indústria cultural” de matriz religiosa) seja a respeito da temática religião (em documentários, entrevistas, coberturas de notícias). Na internet, *sites* de relacionamentos e comunidades afins se multiplicam e propagam suas crenças construindo a efervescência que cerca esse debate. Desse modo, entendemos que trazer esta discussão para o campo da comunicação social significa propor um cenário de

¹ Professora Doutora do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: rnadia@terra.com.br.

² Graduando de Jornalismo da UEPB. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq. E-mail: emilson.garcia@bol.com.br

pensamento que busque compreender a convergência do pluralismo religioso com a presença imperativa da mídia no nosso cotidiano.

Assim, precisamos considerar e atentar para a mundialização de ideias típicas da modernidade, num momento em que as diversas religiosidades ganham cada vez mais espaços na mídia sob a forma de telenovelas e produções cinematográficas (as surpreendentes bilheteria dos filmes *Chico Xavier*, *Bezerra de Menezes*, *Nosso Lar* e *As mães de Chico Xavier*, investimentos da Globo Filmes, ilustram essa perspectiva), bem como artigos na imprensa diária e revistas semanais. Reportagens especializadas abordam temas ligados à expansão evangélica, aos fundamentalismos religiosos, à crise institucional do catolicismo, às religiões mediúnicas e aos movimentos da Nova Era, identificando as matrizes transversais que perpassam essa relevante discussão nas suas interações com os campos da Sociologia, da Comunicação, das Ciências da Religião, da Antropologia, da Filosofia, aliadas às vivências pessoais dos sujeitos que se deparam com os impactos dessa conjuntura. Cursos em nível de pós-graduação sobre Ciências das Religiões são criados nas universidades a fim de perscrutar esse universo. Verificamos, desse modo, que o pluralismo religioso instiga uma série de debates em diversos âmbitos da sociedade que buscam analisar o atual significado da religiosidade no nosso país.

Esse contexto “espectral” (BURITY, 2005) no horizonte do debate religioso, uma vez que as interferências de cunho doutrinário não são percebidas com nitidez nos espaços sociais e mostram-se “opacas e nebulosas” em suas expressões, reflete um processo de longa duração e de apropriação dos processos da dinâmica cultural numa sociedade intensamente permeada pela influência midiática. Como constatamos no estudo anterior, trata-se de um paradigma de religiosidade afetado pela ruptura das tradições acompanhado de uma crise do pertencimento institucional de matriz religiosa.

Época de mutação, marcada pela liberdade de crença e de pensamento, influenciada pela descartabilidade das escolhas dos grupos sociais. Momento histórico em que o pluralismo acena com a perspectiva de assimilação de novas vertentes, talvez trazendo de volta a dimensão emocional da fé, atrelada à exteriorização das práticas, ou a evidência da diluição de qualquer crença. Neste sentido, entendemos que tanto a intensidade do vínculo entre religião e mídia como sua percepção e avaliação por

diferentes atores sociais tornam-se oportunas nesses novos tempos de transição em que as pessoas mudam de pensamento religioso como mudam de canal televisivo.

Contudo, a presente proposta não expõe um viés teológico. A perspectiva que move o nosso interesse não defende qualquer apologia doutrinária, pretendendo somente viabilizar o desafio de investigar o impacto do pluralismo religioso, difundido pela TV, no espaço social, e as implicações derivadas desse fato, através da ressonância alcançada pela emissora global no nosso país. Problematizamos, pois, a diversidade religiosa mostrada pela TV, situando-a como instância geradora de múltiplos sentidos e, como tal, polissêmica em suas ações.

Para Hall (2004), a polissemia midiática pode provocar construções identitárias que influenciam tanto os nossos pensamentos, quanto os nossos pertencimentos e nossas concepções de nós mesmos. Torna-se válido entender como essas influências incidem sobre nossos desejos e como a mídia televisiva articula o espaço concedido à religião para tais intenções. De que maneira a TV se coloca como espaço de diálogo com diversos grupos religiosos?

O fenômeno da midiatização contemporânea

O senso comum entende a programação religiosa, sobretudo a televisiva, como elemento de identificação com suas expectativas e sentimentos, de modo que suas mensagens podem produzir vários sentidos. Ou seja, nosso interesse deriva de alguns eixos e indagações no que concerne ao poder que a TV exerce junto à audiência: como tais mensagens repercutem no espaço doméstico? O templo eletrônico propiciado pela TV pode se converter em um altar, capaz de difundir múltiplas crenças? Será possível explicar o sentido da diversidade e do pluralismo religioso na programação diária, considerando-se a amplitude que tal temática carrega as práticas religiosas e os sistemas de crenças estariam restritos ao nível da individualidade? A diversidade religiosa seria apenas consequência do *desencantamento do mundo*, conforme previu Weber³? Ou as novas formas de comportamento religioso indicariam somente a transmutação do

³ No pensamento de Weber (1991), o homem moderno não deixaria de ser religioso, mas perderia sua magia. Ao invés de conviver com o mistério, procuraria respostas racionais e científicas para os acontecimentos, num processo denominado por ele como “desencantamento do mundo”. O retrocesso desse fenômeno representaria, assim, o “reencantamento do mundo”.

conceito de sagrado adaptando o seu significado aos hábitos da modernidade? As inquietações se sucedem, aguçando a nossa perplexidade e impulsionando o estudo proposto.

No que concerne às intervenções midiáticas no campo religioso e a seus desdobramentos no espaço social, torna-se relevante demarcar o que significa o processo de midiaticização. Este configura um reflexo da intensificação das convergências tecnológicas que perpassam os meios (informática, telecomunicações e audiovisuais), afetando os campos sociais, suas práticas e suas interações, que passam a se organizar e a funcionar tendo como referência a existência da cultura, de lógicas e *operações midiáticas* (FAUSTO NETO, 2008). Esse acelerado processo interfere na produção de sentidos, a partir das mensagens difundidas, dos mecanismos utilizados, constituindo estratégias discursivas e diferentes categorias de enunciação. Assim, as mídias não são apenas consideradas dispositivos de transmissão de conteúdos, mas um poderoso ambiente, capaz de criar sistemas reguladores de posicionamentos num registro simbólico que pode modificar a percepção da realidade. Daí porque diversas manifestações religiosas escolhem os veículos de comunicação, especialmente a TV, para difundir seus projetos e intenções. Cabe-nos, portanto, o desafio de buscar compreender os impactos da diversidade religiosa na esfera da recepção, uma vez que as estratégias mediadoras da mídia são intensas, sobretudo as *audiovisuais*, solicitando ser pensadas e analisadas.

De acordo com 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, permeada agora pelo simbolismo da cultura das mídias. Este novo *lócus* - o da mídia - 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 inspirado nos "gêneros", estilos e linguagens das mídias, especialmente a televisiva, com seus cenários de sedução.

Carvalho (1997) também chama nossa atenção para essa problemática contemporânea. Esclarece que um processo distinto sucede quando a relação com o "sagrado" ou o "santo" é mediaticizada (na expressão do autor). Isto é, quando somos conduzidos a eles através de um programa televisivo, de "profissionais" que editam e conduzem o processo da mediação. Nesse âmbito, já não se tem mais a mesma garantia

de uma fé “herdada”, por exemplo, que antes era passada de geração a geração. No momento presente, entra-se num mundo complexo e nebuloso, porque a mediatização é *mercantilizada*. Trata-se de um mercado *gigantesco*; e como a necessidade espiritual do público também é muito alta, torna-se doloroso admitir que “o outro” midiático é apenas uma imagem, transmitindo algo desconhecido e que construímos exclusivamente através de projeção, de fantasia, de desejo, de sonho. “Ou seja, o valor em jogo já não é mais a condição espiritual alcançada, mas a eficácia da própria *mediação* que nos permitiu aproximar-nos dela” (CARVALHO, 1997, p. 17).

O pensamento de Sodré (2009) trilha a mesma direção. Para ele, a metáfora do espelho e de seus espectros é um caminho apropriado para se vislumbrar o mundo “*hipermidiático*” que vivenciamos, em termos de poder, identidades, mentalidades, condutas, capaz de produzir um *ethos* midiaticizado repleto de implicações “*virtualizantes*”. Esse *bio* virtual, espaço social contemporâneo composto pelos meios e hipermeios, substitui as formas de vida tradicionais, gerando uma *eticidade* de terceira natureza pela globalidade de suas influências: “À maneira do anjo, mensageiro de um poder simbólico no espaço etéreo, as tecnologias da comunicação instituem-se como boca de Deus: fetichizam a realidade” (SODRÉ, 2009, p. 11).

As múltiplas formas de pertencimento

As inúmeras possibilidades do fetiche do *multimedialismo*, no dizer de Sodré (2009), coincidem com a visão de Martino (2003), a respeito da relação entre mídia e religiosidade. Para o autor, a sociedade contemporânea está permeada de matrizes religiosas que utilizam em larga escala os meios de comunicação para tornar públicas as suas idéias. Esse fato conduz a compreensão de que a mídia assume papel preponderante na difusão do pensamento religioso no Brasil, para além de uma ação meramente coadjuvante nesse processo. Vimos que jornais, revistas, publicações filosóficas de caráter especializado, programas de rádio que abordam diversas expressões religiosas constituem poderosos veículos de propagação doutrinária. Igrejas investem a cada dia somas consideráveis na compra de espaços nos canais de TV. A Igreja Católica criou a Rede Vida, a TV Aparecida ancora sua programação na

apresentação de celebrações ao vivo. A Rede TV apresenta aos domingos, no horário da tarde, o programa “*Transição*” de conteúdo Kardecista.

Para Fausto Neto (2001), fatores distintos apontam, hoje, a importância que tem o campo midiático em processos pelos quais são desenhadas estas estratégias de construção de novas formas de religiosidades. Segundo os dados de censos e outros levantamentos, mais de 82 horas semanais de emissões de caráter religioso, na forma de 18 programas de televisão, são transmitidas por e sob a responsabilidade de diferentes instituições religiosas, através de grandes redes de televisão, sem esquecer o nicho radiofônico espalhado por todo o país. Para além de um fenômeno puramente televisivo, esta “cruzada eletrônica” se enraíza, igualmente, para as infovias, configurando, no dizer do autor, “o fenômeno do teleevangelismo” (FAUSTO NETO, 2001, p. 3).

Assim, dezenas de opções do gênero referido são conduzidas por sacerdotes, pastores, missionários, padres-cantores que celebram *showmissas*: o carisma do Padre Marcelo Rossi, por exemplo, foi multiplicado devido a sua presença constante nos programas de auditório da TV brasileira. O mesmo ocorre com o Padre Fábio de Melo, que alavancou sua carreira de escritor e potencializou sua repercussão social através da visibilidade midiática. Sobretudo, numa época em que o ecumenismo religioso é incentivado como possível fator de agregação e alento para a superação das intolerâncias sociais. Desse modo, a mídia eletrônica torna-se um ambiente privilegiado nesse novo cenário, facultando apenas aos receptores a tarefa de selecionar o canal de sua preferência. Configura-se, desse modo, a transposição do “sagrado”, que anteriormente ocupava o lugar dos templos, e hoje migra para os templos eletrônicos, através da tela da TV.

Será que a recepção dos programas televisivos mobiliza as competências interpretativas e os diferentes modos de inteligibilidade dos telespectadores, de modo que estes percebam as motivações que se ocultam nos conteúdos difundidos? Martín-Barbero (2002) elucida que os impactos dos meios, sobretudo os da TV, não podem ser analisados apenas pelos produtos que divulgam, mas pela dinâmica cultural complexa que os envolvem. Na verdade, a cultura é que cria com o campo da comunicação uma teia de relações e implicações. Nesse sentido, a dinâmica da TV atua pelos gêneros que possibilitam diversas leituras: constituem 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, de suas apropriações dos conteúdos.

Nesse contexto, as relações entre midiaticização religiosa e realidade social são *culturais*, e quando ancoradas no dispositivo televisivo, mostram-se cada vez mais próximas e apontam para um pacto discursivo estabelecido entre o enunciador (a emissora) e o receptor (a audiência) no entorno social. Tal pacto evidencia o entrelaçamento entre os campos da mídia televisiva e da religião, em razão da visibilidade concedida às mensagens temáticas dessa natureza. A permeabilidade da ambiência televisiva se torna intensa na rotina dos campos sociais, transformando o modo como as mensagens chegam à esfera pública e interferindo na constituição de sentidos dos receptores. Embora a internet seja uma realidade no cotidiano social, a televisão continua relevante nas configurações identitárias, ao mesmo tempo em que as identidades continuam sendo mediadas por suas intervenções, num processo contínuo de construção e reconstrução de pensamentos.

Martino (2003) salienta que as igrejas necessitam dos meios de comunicação, sobretudo da TV em virtude da popularidade do veículo, para divulgar duas espécies de bens: os *simbólicos*, relacionados à satisfação mental-espiritual, e os *materiais* “dos quais depende o funcionamento da instituição religiosa (...) e isso atesta a interdependência entre o campo religioso e outros campos sociais” (MARTINO, 2003, p. 11-12). As leituras e interpretações do público são motivadas pelos vínculos de proximidade com a TV, à medida que o veículo enfatiza vínculos de pertencimento com as expectativas desse público.

Essa perspectiva é corroborada por Bourdieu (1998), quando este explica que a gênese das práticas e das estruturas sociais configura relações intrínsecas, que interferem nas ações e interpretações do público, denominado pelo autor de *agente social*. Os agentes sociais, no processo relacional, constroem seu *habitus*, influenciados pelas práticas e representações simbólicas de cada espaço, engendrando um campo particular composto de novas especificidades. A noção de *campo* é assim passível de construção e reconstrução, sendo emblemática no pensamento do autor. Contudo, a referência aqui ao trabalho do importante sociólogo francês funciona não apenas como tentativa de embasamento conceitual, mas, sobretudo, informa sobre as inúmeras

possibilidades analíticas que o estudo do campo religioso oferece nas suas interfaces com a sociedade contemporânea.

Em Certeau (1999), encontramos a noção apropriada de que a Igreja, junto com a ideologia e a doutrina, desempenha um papel importante que não lhe é dado apenas pelos detentores do poder e do discurso da autoridade: é algo consentido, permitido por aqueles que vivenciam o espaço social. Nesse sentido, emerge, no momento presente, a tarefa dos discursos de cunho doutrinário, que apelam para as *reformas íntimas* e o despertar da fé. “As técnicas do fazer crer desempenham ação decisiva onde se trata daquilo que *ainda não é* (...) Todo discurso reformista sofre a tentação de adquirir vantagens e transformar seus militantes em *conquistadores*” (CERTEAU, 1999, p. 285).

As artes do fazer crer

As “*artes do fazer crer*” enxergam nos dispositivos da comunicação televisiva um campo fértil para o processo de construção de sentidos, desencadeado pelas intencionalidades de cunho religioso e pelos diversos interesses que movem as condições de produção dos discursos do gênero. Considerando que a programação televisiva alcança de modo incisivo tanto aqueles que creem como os que não creem na temática da religiosidade, as emissoras investem nessa perspectiva como modo de enquadramento às condições postas pelo debate religioso (necessário) na atualidade. A Globo, em razão do amplo alcance nacional e cujos parâmetros de audiência são atestados pelo Ibope, decidiu apostar no pluralismo religioso de modo mais imperativo, embora já costumasse fazê-lo em atrações específicas da dramaturgia, ainda que indiretamente, através de vários personagens e suas diferentes crenças. Podemos lembrar a novela *A Viagem* e a minissérie *A Cura* (ambas de grande sucesso, que abordaram em suas tramas o viés Kardecista).

Uma discussão preliminar acerca dessa problemática parte do contexto da mídia como poderoso recurso para produzir efeitos e suscitar desejos. Alguns autores lançam a indagação: se a mídia vende produtos por que também não investiria no mercado da fé? Guerriero (2008) atesta a visibilidade do processo de midiaticização afirmando que a mídia e o mercado assumem papel de entidade absoluta e isso também contaminou os rituais religiosos da sociedade, que se inserem nos lares e na indústria fonográfica de

maneira massiva, produzindo novos mitos. “As missas viraram lazer, aeróbica, cantoria. Através do consumo, que assume o feitiço da oração, nosso paraíso mítico pode ser alcançado por alguns instantes” (GUERRIERO, 2008, p. 106). “Produtos” são, assim, incorporados ao cotidiano de quem os consome, de modo naturalizado pelos sujeitos. Aconteceria isso também com as apologias doutrinárias? Esse é o questionamento que o autor traz para nossa reflexão.

Livres (mas nem tanto) para escolher a qual vertente se atrelar, os sujeitos sociais se deparam com a pluralidade de opções em termos religiosos. A concepção de pluralismo religioso decorre, no entender de Alves (2005), da própria diversidade cultural que atravessa a sociedade contemporânea. O sobrenatural impulsiona a curiosidade, obviamente, por não ser visto, tocado, sentido diretamente, uma vez que é fruto do pensamento humano que busca conhecer e explicar os fenômenos, rastreando nomes e conceitos capazes de oferecer respostas para diversas questões. Nesse sentido, as diferentes crenças visam estabelecer diálogos com as divindades. Para o autor, a esperança de que a realidade se harmonize com o desejo dos homens origina os rituais religiosos. “A realização da cultura se transfere então para a esfera dos símbolos, nascendo a religião, teia dos desejos, confissão de espera, a mais fantástica tentativa de transubstanciar a natureza”(ALVES, 2005, p. 24).

O processo de simbolização garante vida às representações sociais e estas ampliam a diversidade de conceitos que perpassam a realidade. O interesse da sociedade pela diversidade religiosa implica a curiosidade pelas construções simbólicas que surgem no plano do imaginário e da fantasia. Pensar a religião, a magia, os mitos, as crenças, ajuda a compreender as relações que se tecem entre sociedade, corpo e mente, na busca de uma racionalidade de caráter universal (na acepção daquilo que une, integra, aproxima), ainda que subjetiva. Bateson (2000) argumenta que a pluralidade decorre da constituição de valores e da classificação das coisas a que atribuímos sentidos. Isso ocorre no âmbito religioso quando hierarquizamos as nossas escolhas, o tipo de fé que professamos, os valores que defendemos. “Se a realidade é inventada pela cultura, os valores que a sustentam derivam das nossas crenças; nós nos baseamos em nós mesmos, sem nos dar conta disso” (BATESON, 2000, p. 45).

Conclusões

De acordo com Martino (2003), a religião é considerada um conjunto simbólico distribuído via mídia, e assim como qualquer outro utiliza o espaço midiático para disputar a hegemonia na sociedade civil. Entretanto, em nenhuma mídia institucional religiosa a imposição doutrinária por este ou outro ritual é explícita: “servindo-se de casos concretos devidamente selecionados, os meios fazem crer na evidência das posições doutrinárias, em nome da objetividade informativa” (MARTINO, 2003, p. 9). No programa Sagrado, a opção pelo pluralismo religioso é clara, no sentido de oferecer discussões sem perspectivas doutrinárias por parte da emissora. Cabe aos telespectadores, a tarefa de crer ou não crer nas propostas apresentadas.

Os efeitos e os pertencimentos religiosos produzem assim uma objetivação de si, realimentando os discursos midiáticos, difundindo determinados valores, mediante uma produção intencional de mensagens. Nesse sentido, as mensagens difundidas pela TV têm ampla ressonância e o desconhecimento de suas implicações junto ao público leigo na temática religiosa constrói um repertório de valores e símbolos cujos impactos dizem respeito à esfera da subjetividade. Essa problematização nos parece oportuna porque há um compartilhamento de subjetivação, à medida que tais símbolos repercutem na sociedade, tornando-se culturais, históricos, reinventados.

Nos termos de Negrão (2008) a diversidade religiosa que é alimentada pela mídia abre possibilidades plurais que podem propagar uma espécie de “religião mística”, isto é, um conceito de religiosidade antiinstitucionalizado, que extravasa as fronteiras das igrejas. Não seria uma prática radicalmente racionalizada, já que contém um padrão místico, não ascético, individualizado e com fortes tendências sincréticas e pluralistas. Nem seria tampouco homogênea, uma vez que, além de elementos cristãos, abrigaria elementos “simpatizantes” de tradições espíritas, orientais e esotéricas com ela sincretizados, além de aspectos panteístas e estéticos. Ou seja: a ideia do ecumenismo, paradoxalmente, é “singular”, agradando a muitos.

Nesse sentido, explica o autor que a noção de ecumenismo religioso acompanha as mudanças sociais e se transforma na direção das tendências apontadas: rejeição do clericalismo, individualização, sincretismo, dúvida quanto ao pertencimento identitário. Dentro dessa nova espiritualidade cabem expressões religiosas concretas as mais

diversas, bem como influências orientais hinduístas e budistas, desde o neopaganismo (as culturas pagãs europeias helênica, druídica, nórdica, céltica) às referências modernas, com afinidades com elementos progressistas e científicos contemporâneos, “e até com movimentos ambientalistas e ecológicos, a exemplo da Nova Era. Além, é claro, de influências provindas de tradições cristãs reinterpretadas” (NEGRÃO, 2008, p.118).

O campo religioso atual, conforme explica o autor referido, aponta o distanciamento dos religiosos da vivência eclesial e dos sacramentos, em direção a pactos religiosos individualizados e solitários. Isso é reflexo da laicidade, princípio que visa à construção de uma sociedade em que qualquer grupo não possa se impuser aos demais elementos que a integram. Uma sociedade organizada em espaço público pertencente a todos os indivíduos que nela convivem. O Estado, enquanto entidade política, tem o papel de garantir a neutralidade do espaço social e a isenção de caracteres particulares, sejam eles, estéticos, linguísticos ou religiosos eximindo-se de qualquer forma de apropriação, manutenção do poder ou exemplo de conduta possivelmente adequada.

Tal cenário parece ser propício para a interferência midiática, sobretudo da influência televisiva, quando percebemos o expressivo número de programas voltados para questões de cunho religioso. Os “católicos mutantes”, no dizer do autor, 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, alguns 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 como autoritária e dogmática” (NEGRÃO, 2008, p. 127).

Nesse sentido, a religiosidade do século XXI torna-se um campo fértil para as vozes midiáticas que se misturam nos atos de narrar os ditos, conduzindo os diálogos com as audiências e interferindo nas interpretações do que é enunciado. Campo que nos

permite pensar que a mídia (e dizemos isso sem a intenção de “tiranizar” a midiaticização) pode ser definidora de culturas, fomentando modos de vivência social, interferindo nos hábitos, sugerindo consensos que vamos produzindo sem atentarmos para suas implicações. Nesse processo, entendemos que as narrativas de caráter religioso requerem mais habilidades e competências interpretativas do público receptor, porque mobilizam aspectos que vão além do ato de ver ou ler a realidade mostrada, sensibilizando a audiência para determinados ângulos dos fatos: estas requerem, na verdade, a compreensão daquilo que constitui *significativamente* as intencionalidades das mensagens. Ponderamos, pois, que esse ato de significação produz as interações socioculturais que se materializam no cotidiano e determinam as escolhas do público por um determinado programa.

Referências

- ALVES, Rubem. **O que é religião**. São Paulo: Loyola, 2000.
- BATESON, Gregory. **Mente e natureza: a unidade necessária**. Rio de Janeiro;
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- BURITY, Joanildo. **Mídia e religião: os espectros continuam a rondar**. Revista Com Ciência, nº 65, Maio, 2005.
- CARVALHO, José Jorge de. **Religião, mídia e os predicamentos da convivência pluralista**. Cadernos de Antropologia. Brasília: UNB, 1997.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- FAUSTO NETO, Antonio.. **Midiaticização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.
- GUERRIERO, Silas (Org.). **Antropos e psique: o outro e sua subjetividade**. São Paulo: Olho d'água, 2001.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- MARTINO, Luís Mauro. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.
- NEGRÃO, Lísias Nogueira. **Mutantes religiosos**. Tempo Social. Revista de Sociologia da USP. Vol 20. Nº 2, 2008.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2009.