

Resenha

Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso (MARTINO, Luís Mauro Sá. São Paulo: Paulus, 2003, 200p.)

Kaline Maria Souza VIEIRA¹

O livro *Mídia e poder simbólico*, de Luís Mauro Sá Martino, traz um apanhado da estreita relação entre a mídia e algumas instituições religiosas que fazem uso ostensivo de veículos de comunicação como uma condição ora de arrebanhar novos fiéis, ora de instruir os próprios membros.

A obra, lançada em 2003, contém 198 páginas e está dividida em duas partes, cada uma contendo dois capítulos, que por sua vez se subdividem em dois itens cada um. O autor é doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP e possui graduação em Comunicação Social. É professor da Cásper Líbero e do curso de Música na faculdade Cantareira.

No primeiro capítulo da primeira parte, intitulada *A produção de bens simbólicos*, o autor conceitua (sob o aporte teórico de Max Weber, Pierre Bourdieu, Karl Marx e outros autores marxistas) as instituições de uma forma geral, as instituições religiosas e suas relações com a sociedade.

Como descrito pelo autor na introdução, o livro em questão tem por objetivo identificar de que forma a mídia é utilizada pelas instituições religiosas, e de que maneira ela (a mídia) se torna uma arma na luta simbólica entre igrejas concorrentes, que visam o proselitismo, a manutenção e a afirmação de suas doutrinas frente aos fiéis, o que muitas vezes pode redundar em atos de violência simbólica.

Ainda no primeiro capítulo, denominado *Autonomia Relativa dos Campos*, Sá Martino aborda a mídia e suas conexões e usos pelas religiões. O autor observa que as mídias têm mudado a forma como as religiões entendem e constroem o sagrado, além de ressignificar o papel das instituições religiosas na esfera das relações sociais.

Como destacado por Martino, a pesquisa realizada não teve a pretensão de ser um estudo exaustivo das religiões em si, e o objeto de seu estudo está ancorado na mídia

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB e pesquisadora do GRUPECJ – Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo / UFPB.

como sendo um instrumento de manutenção e legitimação das instituições religiosas. Em sua pesquisa, o autor estudou o jornal da Igreja Universal do Reino de Deus, uma revista espírita kardecista, duas revistas católicas, uma ligada à Teologia da Libertação e outra ligada ao movimento carismático, uma revista judaica, bem como o discurso de alguns jornais laicos acerca de fenômenos ligados à religiosidade.

Após ter conceituado o campo, o jornalismo, a mídia e seu discurso no capítulo primeiro, Martino abre o segundo capítulo (*Espaço institucional e habitus individual*) com o conceito de *habitus* para Bourdieu. Sendo um princípio estruturador das ações e comportamentos, o *habitus* é incorporado de tal maneira a parecer, depois de completamente assimilado pelos sujeitos, algo natural e espontâneo. Para o autor, a importância desse conceito para a pesquisa reside no fato de que as religiões criam os seus próprios *habitus* e os impõem aos seguidores, criando, assim, um agente social orientado para viver a doutrina de forma apostolar.

Há também, ainda no segundo capítulo, um cotejamento entre a mídia institucional, nesse caso, a religiosa, e a mídia laica. Aspectos como legitimação de discurso, objetividade, divisão temática, tão utilizados no jornalismo generalista, são igualmente seguidos pelas instituições religiosas em seus veículos de comunicação. Foram investigados os momentos em que há uma intersecção temática nos veículos laicos e na imprensa religiosa, ou seja, muitas vezes a mídia religiosa se pauta por assuntos discutidos na grande mídia, tratando-os de maneira ressignificada e à luz de seus próprios princípios filosóficos.

Da gama de temas abordados pela mídia religiosa, o autor estabeleceu três principais grupos temáticos, quais sejam: as atividades da instituição (cultos, ritos, festividades e suas realizações materiais), as normas de conduta (o comportamento requisitado para os fiéis, proibições e procedimentos ideais) e, por fim, as explicações doutrinárias e as questões de ordem teológica.

Na segunda parte do livro, *A gestão do capital simbólico*, o autor trata da divulgação e da gerência dos bens simbólicos por parte das igrejas, além de aprofundar o tema da imbricação entre a mídia laica e os fenômenos religiosos. O terceiro capítulo, *Capital simbólico no espaço social*, versa sobre as teorias do jornalismo, as regras da notícia, o *gatekeeper* e os modelos de seleção de notícias.

Considerando critérios do *newsmaking*, os fatos religiosos dificilmente têm cobertura da mídia generalista, a não ser que obedeçam aos princípios midiáticos, o que

ocorre, segundo o autor, quando a religião se aproxima o máximo possível das práticas laicas – eventos insólitos, escândalos ou destaque de algum membro ou representante do rebanho.

O quarto e último capítulo – *Capital religioso como estratégia de luta* – dá voz ao corpus da pesquisa, trazendo exemplos dos jornais institucionais analisados, destacando, principalmente, a *Folha Universal*. Para o autor, essa luta é justamente para conquistar cada vez mais espaço no âmbito religioso, cujas denominações vêm se multiplicando e, por isso, concorrem entre si na cooptação de fiéis.

Para competir umas com as outras, as igrejas utilizam de estratégias de persuasão e de quaisquer outras práticas seculares que estejam ao seu alcance e garantam a fidelidade e coesão dos seus membros. O autor exemplifica essas práticas através de trechos dos jornais e revistas das instituições religiosas.

No tocante a essa guerra entre denominações religiosas, o autor divide as matérias em dois grupos: o primeiro abarca exclusivamente os temas que dizem respeito aos fiéis e à doutrina, já o segundo trata do momento em que os muros da instituição são transpostos e se investe contra as instituições concorrentes ou tenta-se estabelecer relações no campo político. O autor detalha as estratégias de luta interna e externa explicando cada um delas a partir dos veículos analisados.

Apesar de utilizar a teoria de Max Weber para explicar algumas características do fenômeno religioso e de citar com alguma frequência sua sociologia compreensiva, Luís Mauro Sá Martino tem orientação visivelmente marxista, tanto na forma de descrever e analisar as religiões, quanto na forma de observar a tessitura social. Detectar esse aspecto é condição *sine qua non* para a compreensão integral da obra e do pensamento do autor.

A importância da obra se dá no mapeamento minucioso das práticas midiáticas religiosas, bem como na divisão em categorias de análise, o que facilita o entendimento do leitor em meio aos conceitos da comunicação e aos da sociologia da religião. Isso denota o cuidado do autor no trato com as teorias utilizadas em sua análise.