

Resenha

Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais
(MARTINO, Luís Mauro Sá. São Paulo: Paulus, 2016. 205 p.)

Natália Laís Almeida XAVIER¹

Os estudos sobre a influência da religião na vida da sociedade, em aspectos que vão da vida privada a questões como política e economia, têm ganhado espaço cada vez maior em diferentes áreas do conhecimento. No livro *Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais*, publicado em 2016 pela Editora Paulus, Luís Mauro Sá Martino trabalha o tema a partir do olhar da pesquisa em Comunicação. O autor não busca discutir crenças, nem fazer um trabalho voltado para o valor devocional, mas refletir como a midiatização da religião é capaz de influenciar práticas do cotidiano.

Com pesquisas e estudos nas áreas de Teoria da Comunicação e das relações entre Mídia, Religião e Política, Martino é professor de Comunicação da Cásper Líbero e possui pós-doutorado na área de Ciências Sociais. É autor também de livros como *Mídia e Poder Simbólico* (Paulus 2003), *O habitus na Comunicação* (Paulus, 2003), *Teoria da Comunicação* (Vozes, 2009), *Comunicação e Identidade* (Paulus, 2010) e *Teoria das Mídias Digitais* (Vozes, 2014).

A obra está dividida em três partes, cada uma formada por três capítulos. Na primeira parte, intitulada Mídia e Campo Religioso estão os capítulos: A midiatização da religião; Mídia e campo religioso; e Mediações da religião no Ambiente de Mídia. Os três capítulos agrupados na segunda parte do livro – Mídia e religião na esfera pública – são: Esfera pública, mídia e religião; Democracia, religião e eleições: um estudo de caso; e Corpo, mídia e discurso religioso. Já na terceira parte – Mídia, religião e Identidade Cultural –, estão os capítulos Religião, Mídia e Estudos Culturais; Entretenimento, Mídia e Religião; e Quem é o outro: religião cultura e alteridade.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação -PPGC/UFPB.
E-mail: nataliaxavierufpb@gmail.com

No início da reflexão sobre o tema proposto, ainda na Introdução, o autor faz um apanhado histórico sobre as pesquisas com foco em religião nas diferentes áreas do conhecimento, e defende a Comunicação como um olhar legítimo para o desenvolvimento de estudos deste campo. O autor não tem a pretensão de esgotar as reflexões da articulação da religião com a mídia e suas consequências no cotidiano, mas o próprio Martino apresenta a obra como uma introdução a alguns dos principais temas, conceitos e reflexões relacionadas à área, levando ao leitor um panorama do que é estudado a respeito (p.9).

Os conceitos de mídia e midiatização são abordados no primeiro capítulo, onde também são apresentados dados históricos sobre a midiatização da religião. O autor entende a midiatização como a articulação entre o ambiente midiático e processos sociais, ou seja, as diferentes maneiras como as pessoas interagem. Martino ressalta ainda que o ambiente midiático não é criado apenas por equipamentos, mas pela interação com e através dos aparatos que formam o conjunto denominado mídia. Sendo o ambiente midiático local de circulação de ideias e interação entre as pessoas, torna-se também local para a mensagem religiosa. Neste contexto, o autor destaca que “a midiatização da religião torna-se uma estratégia de vinculação das instituições religiosas a um contexto marcado sobretudo pela presença dos elementos comunicacionais e midiáticos, garantindo sua visibilidade no espaço social” (p.46).

A relação da midiatização com as disputas no campo religioso, pelo estabelecimento de uma verdade, é o tema central do segundo capítulo. Conforme Martino, a visibilidade pública e a possibilidade de interferência em assuntos de outros campos também é marcada pelas relações com a mídia. Para o autor, a midiatização pode ser vista também como uma estratégia das religiões para obter maior influência para atuar nas disputas por novos adeptos, pelo poder de opinar em outras áreas, como a política, e poder definir o que é certo dentro do campo religioso “Potencializada pelas relações com a mídia, a religião parece ganhar força como um jogador atuante dentro dos espaços políticos, posicionando suas perspectivas e pontos de vista” (p.61).

No terceiro capítulo, o autor traz a reflexão sobre as mediações dos receptores no que se refere à religião no ambiente de mídia. Para Martino, é fundamental levar em conta as condições de construção de sentido, levando em consideração as experiências

anteriores de cada pessoa, grupo ou comunidade. “Embora, claro, toda informação já venha revestida de significado planejado, nada garante que todos os receptores o entenderão da mesma forma” (p.65). No mesmo capítulo, o autor se detém ainda à relação da mediação com o cotidiano e formas de consumo de fiéis. Para ele, a interpretação sobre a mensagem religiosa também é mediada pelo consumo de produtos religiosos como CDs, camisetas, livros e outros itens. “Nas sociedades capitalistas, a mídia está sempre ligada a um mercado” (p.73).

A partir disto, o autor se debruça sobre a relação da religião com a esfera pública, tema central do quarto e quinto capítulos. No quarto capítulo Martino faz um histórico sobre a presença da opinião religiosa na esfera pública, o processo de secularização e a importância da mediação para fortalecer a presença e a importância das opiniões das instituições religiosas nos debates públicos. Martino acredita que “parte considerável dos discursos religiosos que povoam o espaço público tem sua origem em denominações religiosas altamente mediadas” (p.88). No entanto, citando Habermas, ele lembra que para integrar a esfera pública, os argumentos religiosos precisam ser “traduzidos” para que sejam válidos. Por tradução, o autor entende que em um debate sobre o aborto, por exemplo, a argumentação não pode ser sustentada com base na Bíblia, mas “sustentada com argumentos científicos, sociais e históricos” (p.88).

Dando sequência às reflexões sobre a presença na esfera pública, no capítulo cinco o autor volta o olhar para a política, com um estudo de caso sobre as eleições de 2012 para a Prefeitura de São Paulo, mostrando como a relação contínua com a religião permeou a campanha eleitoral. Para Martino, compartilhando o pensamento de P. Birman (2006), “o vínculo com a mídia parece estar auxiliando Igrejas e denominações religiosas não apenas a divulgar seus valores e crenças no espaço público, mas a converter essa presença, eventualmente, em tomada de decisões políticas” (p.95).

Em seguida, o autor lembra que não é somente nas relações políticas relacionadas a governos e eleições que ocorre a presença da religião, mas também no que ele denomina “micropolíticas” e “políticas de identidade” (p.114), tratando deste tema no sexto capítulo, a partir da visão sobre a política do corpo. Para Martino, o corpo, além da visão biológica, é algo onde poderes se entrelaçam e é também uma mídia. Por isso, instituições religiosas buscam, a partir de recomendações, regular onde

e como o corpo deve ficar. Compartilhando o pensamento de Foucault, o autor diz que “a disciplinarização dos corpos é um fator de controle das ideias; não se trata mais de prender fisicamente o corpo, mas de sugerir, pelo discurso, uma série de regras a respeito do corpo” (p.130) e continua: “o discurso a respeito do corpo não inclui apenas a disciplina de um elemento físico, mas também dos pensamentos” (p.131).

Questões relativas à identidade cultural em associação com a religião e a mídia, estão contempladas na terceira parte do livro, formada pelos capítulos sete, oito e nove. No sétimo capítulo, o autor adentra na reflexão sobre religião, mídia e Estudos Culturais e como o processo de midiaticização pode interferir diretamente na formação de identidades. Para o autor, a religião interfere, por exemplo, na forma de vestir, de agir e de consumir. “A religião se mantém como importante vínculo cultural de formação de grupos e comunidades. Na perspectiva dos Estudos Culturais, isso reforça a dimensão política das identidades: ‘ser religioso’ não se separa de outros elementos que compõem a identidade” (p.142). Martino escreve ainda que o ambiente midiático torna mais evidente as questões de identidade e diferença ligadas às experiências religiosas. Um exemplo disto, mostra o autor, é visto nas redes digitais: as aproximações entre grupos que possuem o mesmo pensamento e as desavenças entre os que têm visões religiosas diferentes.

No capítulo oito, a reflexão é sobre relação da religião com o entretenimento. O autor destaca como as religiões se apropriam das linguagens do entretenimento ao mesmo tempo em que levam a mensagem religiosa, formando a dualidade entre distração – típica do entretenimento – e a seriedade – típica da religião. “No ambiente das mídias, o entretenimento e a religião se encontram de muitas maneiras. Em certos momentos, seria possível falar até em ‘hibridização’, uma mistura na qual não é mais possível separar um do outro” (p.152). Isto acontece, segundo Martino, porque não se pode deixar de levar em consideração a relação do entretenimento com o cotidiano da sociedade e estar dentro deste contexto é algo considerado crucial por muitas denominações religiosas para ficarem mais próximas dos fiéis e dos potenciais adeptos.

A noção de identidade, mas agora vista a partir das diferenças e de como as pessoas veem quem é de outra religião, é retomada no nono e último capítulo da obra. O autor faz uma análise a partir de comentários em notícias sobre uma decisão judicial que

afirmou que a Umbanda e o Candomblé não são religiões. Foram observadas publicações em dois sites ligados a religiões diferentes, sendo um ligado ao cristianismo e outro às religiões de matriz africana. A reflexão em torno da ideia que se forma do outro é feita a partir da Teoria do Enquadramento, sob a visão de Goffman. “O processo de mediação da religião impele à construção de identidade de vínculo religioso em ambientes midiáticos, nos quais são reelaboradas significações de si e da alteridade a partir de quadros de sentido expressos nas postagens, comentários, interações e narrativas diversas” (p.184).

Em seguida, nas considerações finais, o autor faz um apelo ao respeito nas relações com o outro, com o diferente. Enquanto a simples tolerância pode levar a “apenas suportar sua presença na impossibilidade de excluí-lo” (p.186), o respeito traz a responsabilidade com o outro: “entre eu e o outro existem diferenças, sem dúvida, mas essas diferenças não querem dizer que estou negando sua condição humana, a mesma condição que eu tenho” (p.186).

Nesta obra Luís Mauro Sá Martino faz um apanhado geral sobre diferentes aspectos da mediação da religião e os reflexos disto na sociedade. Com linguagem descomplicada e sempre contextualizando os conceitos apresentados no livro e as teorias que utiliza nas análises, a leitura torna-se acessível para leitores de diferentes níveis de conhecimento sobre o tema.

O livro é uma importante fonte de estudos tanto para quem se dedica especificamente à pesquisa sobre comunicação e religião, quanto para aqueles que buscam entender a sociedade a partir de diferentes fenômenos comunicacionais.