

A Religião do Contato: estratégias discursivas dos novos “templos midiáticos”¹

Antônio Fausto Neto

“E você pode ir colocando mão neste Deus maravilhoso.”
Programa *Deixe a Luz Entrar*, TV Século 21, 26 ago. 2002.

“Pegue esta mão e coloque em cima do mal.”
RR Soares, *Show da Fé*, 11 jan. 2003.

RESUMO

Através de um estudo de emissões televisivas procura-se examinar o papel dos processos midiáticos via “economia do contato” para, deslocando “as velhas igrejas” para novos ambientes, processar a permanência da religião na esfera pública.

PALAVRAS-CHAVE: Religiosidades. Televisão. Discurso. Contato.

1 INTRODUÇÃO

No século passado, Max Weber (1980, p. 183) dizia que apesar dos efeitos do pensamento racional e da modernidade, julgava impossível viver-se num mundo desprovido de crenças. E que, não obstante as profecias do iluminismo, os “[. . .] braços das velhas igrejas continuariam abertos para eles [. . .]”, referindo-se àqueles que definiam os horizontes da sociedade da razão. Anos depois, a alusão weberiana se mantém viva,

¹ Fragmento da pesquisa *Processos Midiáticos e a Construção de Novas Religiosidades – as dimensões discursivas*, coordenada por Antônio Fausto Neto com o apoio dos bolsistas de Iniciação Científica do CNPq, Clovis Okada, Daniel Schwark da Silveira, Hamilton Gláucio de Oliveira, Mariana Bastian e Maria Cecília Martinez em realização na Unisinos, 2004.

na medida em que os braços das velhas igrejas continuam de pé, atualizando-se pelos novos formatos através de novas modalidades de práticas de religiosidades, os “templos midiáticos”.

As “velhas igrejas” deslocam-se do seu habitat para os ambientes em que a cultura midiática serve como referência para a organização das novas estratégias e táticas simbólicas das igrejas, hoje. Não se trata mais da prédica de uma religião abstrata, mas aquela que, fundando-se na “economia do contato”, trata de transformar o dispositivo midiático em um ambiente de SOS e de terapeutização no qual, por força da sugestibilidade dos novos rituais, a saúde, por exemplo, transforma-se num toque, segundo a eficácia da “palavra pronta”.

O reconhecimento estratégico dos mídias ocorre no cenário da industrialização, com os processos de interação fundados na experiência dos indivíduos dando lugar à constituição de um novo conceito de “comunidade”, a “sociedade de massas” ou a “multidão solitária”. Nesta, a técnica emerge como elemento constituidor destes novos coletivos, mas também como ponto de vínculo entre os indivíduos, e destes com as instituições.

Hoje, desponta uma diferença: os protocolos midiáticos desenvolvem progressivamente a experiência fundada na tecno-interação, promovendo a religação entre os membros da “multidão solitária” e gerindo novas formas de contatos entre os membros desta nova forma de comunidade e/ou aglomeração.

O fenômeno de tecno-interação está presente assim também nas situações em que a oferta de discurso religioso se faz cada vez mais hoje segundo os procedimentos fundados nos “ambientes” e lógicas midiáticas.

Tais elementos se reportam às novas articulações dos campos sociais, circunstância em que o campo religioso apropria-se da cultura e dos processos midiáticos não só para atualizar a existência dos “velhos templos”, mas também para construir sua presença via novos processos de disputas de sentidos.

2 MUDIATIZAÇÃO E RE-ENCANTAMENTO

Entender estas estratégias pressupõe levar em conta o fenômeno crescente da midiatização, no qual o campo dos mídias se converte num protagonista, e também as especificidades de como ocorre a midiatização das práticas sociais que a priori não são homogêneas, seguindo lógicas distintas nos diferentes campos sociais onde suas ações e políticas se vêem permeadas pelas lógicas do campo das mídias.

O trabalho dos processos de mediação permite a formulação das novas formas de emergência de processos de re-encantamento do mundo e, particularmente, interações entre o “sagrado” e o “profano”.

Comentar o papel da mediação do campo religioso implica que examinar alguns conceitos, em um quadro conceitual explicativo deste fenômeno tem a ver com as próprias transformações nos cenários dos processos midiáticos e também com as re-configurações que o fenômeno religioso vem sofrendo no Brasil.

Alguns autores refletem sobre o trabalho dos processos midiáticos neste processo de re-encantamento do mundo.

A importância que as mídias têm nesta realidade tem a ver com uma ação que transcende o suporte, pois

[. . .] o meio não é simplesmente um suporte de amplificação da voz, mas é um elemento fundamental do *contato religioso*, da celebração, da experiência religiosa, que somente pode ser vivenciada pela mediação da técnica, com as práticas religiosas fazendo uso das tecnologias da imagem e do sentimento para captar a exaltação messiânica, apocalíptica e ao mesmo tempo para dar rosto, dar a voz as novas tribos, as novas seitas, as novas comunidades [. . .] (BARBERO, 2002, p. 2).

Diferentemente das religiões históricas, as novas práticas religiosas atravessadas pela “economia do contato” “[. . .] estão saindo da esfera protegida da instituição religiosa e da tradição, e se dirigindo para o solo aberto do mercado simbólico.” (HOOVER, 1998, p.3). Neste as estratégias midiáticas ensinam aos seus consumidores, não apenas algo para escutar, mas também para olhar, tocar e sentir. Esta noção de contato está articulada com a evolução dos processos de mediação fundados na idéia da tecno-interação, ou seja, “[. . .] forma-meio mediante o qual velhos conteúdos representativos são progressivamente substituídos pelo envolvimento sensorial, pura relação.” (SODRÉ, 2002a, p.192).

Matta fala de uma “comunidade inclusiva” como efeito destes processos de interação, com os mídias se transformando em lugar do encontro (MATTA, 1999). Verón (2003) entende que os novos formatos nos quais se incluem as audiências no *setting* televisivo, originando as novas aglomerações, são uma decorrência direta dos papéis que têm os “contratos de leitura” nas organizações das estratégias discursivas. O “representante do lá-fora” não se instala lá na TV de qualquer maneira (VERÓN, 2003, p. 25). Casseti e Odin (1990) explicam que nas práticas midiáticas interativas, ainda que os receptores participem de um processo convivial, é, porém, na esfera do indivíduo que se

efetua o contato emocional, isto é, este não repousa sobre nenhum afeto compartilhado (CASSETI; ODIN, 1990, p.21).

Na realidade da religião do contato os indivíduos são “interpelados” sob determinadas condições e estimulados a vivenciar experiências de neo-comunidades na forma de novos ajuntamentos. São chamados para nelas participarem de modo individual, segundo a “natureza do seu problema” e a importância dele para as finalidades estratégicas. São, de fato, consumidores ainda que em determinadas circunstâncias se constituam em co-protagonistas da sua realização. É a isso que Bauman chama de uma “comunidade estética”, (BAUMAN, 2001) cuja meta não é a de tecer entre seus membros uma rede de responsabilidades éticas, e portanto compromissos em longo prazo (BAUMAN, 2003).

As estratégias midiáticas tiram a religião dos horizontes do transcendente, submetendo-a a um modelo de experiência do “aqui e agora”, que “[. . .] troca o antigo Bem ético pelo estar individualista, associando salvação e consumo.” (SODRÉ, 2002). Estes mecanismos articulam-se com um cenário econômico e social que se manifesta pelas injunções de uma peculiar indústria cultural onde se estrutura a oferta discursiva para o mercado religioso², sem o qual tal indústria cultural não poderia construir suas ofertas.

Ao longo de quatro décadas (1970/2000), os católicos continuam sendo a maior população religiosa, embora se observe decréscimo nos seus contingentes. Segundo dados censitários de 2002, os católicos se constituem numa população de 125 milhões de fiéis contra 26 milhões de perfil pentecostal que habitam a região urbana, onde estão mais de 80% dos domicílios do país. O neopentecostalismo avança justamente naqueles espaços para onde foram despejados, nas últimas 4 décadas, mais de 40 milhões de brasileiros, que saíram em busca de vida mais digna, transformando-se neste fabuloso “exército de reserva”, ou alvo das mais diferentes políticas públicas, sociais, assistências e religiosas postas em práticas pelas instituições. (JACOB et alli, 2003, p. 20).

A saída de cena de agentes estratégicos, como o Estado, faz com que o campo religioso converta-se num protagonista voltado para captura deste mercado de carências para as hostes das diferentes religiões. Atuando em cima do vácuo político-assistencial deixado pelo estado e instituições afins, as instituições religiosas elegem “políticas de atendimentos”, convertendo a cultura midiática na esfera em que as demandas temporais dos indivíduos serão trans-

² Uma abordagem mais detalhada sobre a caracterização desta peculiar indústria cultural encontra-se no relatório *Processos Midiáticos e a Construção de Novas Religiosidades: as dimensões discursivas*, Antônio Fausto Neto. Unisinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2004, São Leopoldo, RS.

formadas e/ou capturadas para os fins instrumentais das instituições. As estratégias telerreligiosas estruturam os espaços de curas, segundo operações de compra e venda fundamentadas nos alicerces do marketing confessional, que, ao organizar mensagens segundo “contratos de leitura” permeados por mecanismos de sugestibilidade, geram nas pessoas a sensação de estarem sendo cuidadas. Elas se sentem “alguém, e elas se sentem alguém na medida em se identificam com alguém, alguém em que projetam seus medos, alguém capaz de assumi-las e delas cuidar.” (BARBERO, 2002, p. 5).

2.1 AS ESTRATÉGIAS TELEMIDIÁTICAS DE “CAPTURA DOS FIÉIS”

A descrição de fragmentos abaixo baseia-se nas estratégias que se realizam com base nos programas exibidos pelas redes televisivas confessionais entre 2002/2004³, de quem as estratégias telerreligiosas “recebem” dos discursos televisivos algumas de suas operações para produção de suas enunciações.

Aqui foram consideradas apenas as operações enunciativas de natureza verbal, embora na esfera da pesquisa tenhamos contemplado operações de linguagem não-verbais cujos dispositivos enunciativos sinalizam para co-determinações de operações complexas de produção de sentido⁴.

2.1.1 “VOCÊ PODE ANOTAR?”

Dentre as estratégias, o ensino da Bíblia via televisão. Enunciações são usadas para ajudar o trabalho de um religioso, que se apresenta na dupla função de apresentador/professor. Linguagens da TV são evocadas para “*aproximar*”, “*fechar*”, “*abrir*” [. . .] “*dar outro plano*”, “*fechar*”, “*abrir*”, e são associadas a co-determinações verbais a fim de que se efetive a “estratégia do contato”, em que o “instrutor” pede a adesão do “telealuno” na dinâmica da “aula”. Destacam-se os processos enunciativos de autoavaliação do instrutor sobre suas próprias operações de transmissão dos conteúdos. Também as pontuações sobre o que deve ou não ser considerado essencial na lição (*“você pode anotar*); às restrições as quais o teleouvinte deve se enquadrar (*“não precisamos entender a oração do espírito[.]”*); O controle do enunciador(apresentador) sobre as próprias co-operações de produção (*“olha fecha aqui um pouquinho*) e dos estimados efeitos dos seus atos de sentido sobre o tele ouvinte, cuja ‘*cabecinha*’ dura tem que ser aberta...

³ Foram analisados programas emitidos pelas redes: *Record*, *Rede Vida*, *Canção Nova*, *Século 21*, *CNT*, *Bandeirantes*, *TV Mulher* e *TV Gênesis*.

⁴ Ver relatório parcial de pesquisa *Processos Midiáticos e a Construção de Novas Religiosidades*. as dimensões discursivas. UNISINOS, CNPq, São Leopoldo, 2004.

Este *trecho é muito importante*, eu gosto sempre de destacar quando eu percebo que é um trecho em que fala, que atinge o que nós temos vivido hoje. Então eu vou começar de novo todo o trecho [. . .]. *Interessante, hein!* Ele diz que até o nosso físico seja modificado pela ação divina. [. . .] Nós não precisamos entender a oração do espírito, a oração em línguas, por exemplo. Nós não precisamos, entender, *Deus entende, isso é o que importa.* [. . .] *Você pode anotar.* [. . .] *Entende o um princípio eterno?* [. . .] *Então presta atenção.* [. . .] Eu até vou pegar outras traduções, outras maneiras de entender para que possa ir abrindo a nossa cabecinha dura, né? *Olha esta tradução que interessante* [. . .] *fecha* um pouquinho mais irmão, pra ficar mais fácil pra quem tá lendo em casa. Ai! [. . .] essa aqui é a Bíblia do programa, eu deixo para *rabiscar ela aqui, ao vivo.*⁵

2.1.2 "REZAR O TERÇO É UM ÓTIMO CALMANTE"

Num enquadre no qual o ambiente midiático associa o *talk show* com o contexto de um consultório médico ou de uma clínica psicoterápica, o padre "atende" seus pacientes através de procedimentos epistolares, lendo *e-mail* ou cartas que lhes são enviadas e apresentando-se como um conselheiro que intervém em tempo real sobre os dilemas, dramas, inquietações existenciais e materiais. Opina sobre problemáticas que envolvem competências de outros campos, como aquelas que envolvem enfermidades e que pedem diagnósticos e procedimentos que deveriam requerer a presença/escuta e de outros especialistas.

CARTA - *Demanda - Jaquiré, na Bahia:* "Padre, tenho 16 anos e estou vivendo uma crise de síndrome do pânico. O que faço?"

PADRE - *Na verdade, não acredito como você diz, que a sua síndrome do pânico venha por herança genética. Mas a síndrome do pânico é uma doença terrível pra quem já vive, pra quem já viveu, vai saber do que estou falando. Parece que a vida pára naquele momento. E há momentos em que a síndrome do pânico torna impossível continuar sozinho, então, precisa ir no médico tomar remédio. Precisa quebrar o círculo vicioso. Você não sai mais daquilo e aquilo, então, a certa altura, precisa interromper isso com o auxílio da medicina, muitas vezes precisa.*

Você tá com insônia? "É acho que eu tô com insônia. É que tem um carro de um político que tá aqui do lado da minha

⁵ *A Bíblia no meu Dia-a-dia*, TV Canção Nova, São Paulo, 02 set. 2002.

casa a não sei quantos decibéis de altura e chega a mexer a minha cama.”

Agora, se não tem nenhum motivo pra você ter insônia e você tá lá, deita na cama, passa uma hora, duas horas, três horas e não dorme, então, alguma coisa tá acontecendo. Sono é alimento. Não dá pra passar três dias sem comer, não dá pra passar três noites sem dormir. Nesse caso tem que procurar ajuda médica, porque, às vezes, precisa uma interferência, de um ansiolítico, precisa. Não é o melhor. O ideal é fazer uma meditação. Os próprios médicos hoje dizem: faça uma meditação, faça um exercício de respiração, calma, conte carneirinhos. Eu sempre digo: reze o terço, rezar o terço é um calmante. Vai rezando, rezando... E, na maioria das vezes, isso já resolve e a pessoa dorme. Mas se for uma doença precisa de interferência do médico. Procure ajuda de um especialista. Agora também toma um pouco de cuidado com essa coisa de ajuda de especialista, né.

Então é preciso discernimento, vamos rezar também pelos nossos médicos pra que tenham a sensibilidade em relação a ver bem a indicação o que tem que ser dado na hora certa, do jeito certo.⁶

A escuta do padre abandona o “lugar de fala” midiática e espiritual, para outros “serviços interpretativos”. Profere o discurso do “lugar comum” como diagnóstico de resposta (a doença do pânico é uma doença terrível). *Antecipa* a intervenção do procedimento médico, instituindo-se ele mesmo como aquele que vai adotar a estratégia medicamentosa, afirmando que é *preciso a presença do ansiolítico*. Enfatiza, entretanto, que a melhor terapêutica está no campo religioso e que esta é reconhecida pelo especialista da área da saúde, quando atribui ele mesmo a existência de um ponto de vista daquele campo sobre o assunto. *(O ansiolítico) não é o melhor. O ideal é uma meditação. Os próprios médicos hoje dizem: faça uma meditação, faça um exercício de respiração, calma, conte carneirinhos. Eu sempre digo, reze o terço. Vá rezando, vá rezando... E na maioria das vezes, isso já resolve e a pessoa dorme.*

Uma vez que o programa apresenta-se como um serviço de aconselhamento, trata, assim, entretanto, de assegurar a singularidade do seu lugar de fala. E essa se faz quando ao reconhecer que mesmo em, última análise, o problema que lhe é apresentado seja da competência de uma intervenção clínica de outra ordem, preconiza, entretanto, a intervenção do dis-

⁶ Programa *Direção Espiritual*. Apresentador Pe. Joãozinho, TV Canção Nova, São Paulo, 04 set. 2002.

curso religioso sobre o discurso médico. *Neste caso, é “[. . .] preciso discernimento, vamos rezar também pelos nossos médicos para que tenha sensibilidade [. . .]”*⁷.

2.1.3 SOS ESPIRITUAL

Os programas são espécies de “pontos de escuta” e se instituem também como serviços que se auto-referenciam com suas qualificações (*SOS Espiritua*, *SOS Vida Nova*, pastores “*on line*”) e que se dirigem a um diversificado “mercado de demandantes”, cujas especificações já estão contidas na própria oferta destas formas de apoio (*afritos, os que têm corações desalentados, que sofrem de depressão e de medo etc*) que, segundo o horizonte do “lugar de fala” da produção, pedem para serem ouvidos, e a quem se oferece uma saída.

T.1 *Você tá passando dificuldades em sua vida, doenças, desemprego, vício, dificuldades de relacionamento. Então reze comigo, diante do Santíssimo sacramento e receba muitas graças.*⁸

T.2 [. . .] *Amanhã mesmo é um dia fortíssimo e nós vamos ter uma verdadeira cerimônia ali na Azenha (Templo da IEURD em Porto Alegre), primeiro a limpeza, né. Tem que limpar, limpeza espiritual [. . .] em seguida, então a verdadeira cerimônia religiosa de fechamento do corpo, mente, alma e espírito.[. . .] Como ele (David, o Golias), tinha o corpo fechado então ele venceu a batalha, aquele confronto que você vai vencer também.*⁹

Esses serviços funcionam segundo várias modalidades estratégicas de contato: formas de ajuda genéricas a auto-iniciativa e a cooperação do demandante, a quem se pede rezar com o oficiante. Um telefone, um livro, uma voz, um dispositivo de interação estão lá à espera do demandante para provê-lo com a saúde, e onde recebe orientações de todo tipo, pois *você pode ser feliz*.

O dispositivo apresenta a própria instituição religiosa como auto-referente, seja pela presença dos seus atores no desempenho de papéis acima assinalados, seja quando a mensagem convida o fiel-*católico, espírita, umbandista - a receber respostas para seus sofrimentos no espaço do próprio templo físico*. São ofertados ilimitados “serviços terapêuticos” que vão atuar diretamente sobre o

⁷ *Programa Direção Espiritual*. Apresentado pelo Padre Joãozinho. TV Canção Nova, São Paulo, 04 set. 2002.

⁸ *Momentos de Adoração*. Apresentado pelo Padre Eduardo Doughert. TV Século 21, São Paulo, 09 set. 2002. Programa apresentado de segunda-feira a sábado, às 6h55min.

⁹ *Pare de Sofrer. Sessão do Descarrego*. TV Record, São Paulo, 10 set. 2002.

corpo do suplicante, intervindo em suas carências físicas e mentais. Assim, a exemplo dos atendimentos ofertados, a Igreja está lá pronta para atuar:

As pessoas têm chegado com as suas vidas em frangalho, derrotadas, problemáticas, mas o Pai das luzes tem mudado. Não é melhorado, porque o Deus que nós cremos não melhora. [...] Deus, Ele muda. Com ele é sim ou não [...] Basta você ter uma atitude de comparecer à Igreja Universal do Reino de Deus, que está com suas portas abertas todos os dias"¹⁰

2.1.4 "RESPIRE FUNDO, FAÇA JUNTO, TAPE O OLHO..."

Abaixo, três registros de estratégias que evocam as operações de contato através de enunciados verbais. Um ofício religioso sem a presença física do auditório e duas outras - um culto e uma missa produzida para TV, e que contam com auditórios presenciais, que tem como alvo os indivíduos, que são interpelados singularmente.

Oficiantes de um culto de adoração, de uma missa católica e de um culto evangélico "animam" os exercícios sobre o corpo. Didatizam em tempo real da própria enunciação como a "religião do contato" pode operar curas, milagres, alívios, prosperidades etc. A estratégia realiza-se na ordenação das instruções. Não se trata de uma mediação na qual os intermediários sejam apenas espécie de "porta-vozes" das demandas. O conjunto de operações de sentido envolve o corpo do fiel a partir de enunciações desencadeadas pelo mediador. Os mediadores funcionam mais como operadores, visando monitorar os fiéis para os rituais que vão minorar os sintomas dos seus sofrimentos e a ênfase está no apelo a uma performance do corpo.

EX1: Mais forte, *mais palmas para o Senhor* [...] *E você já pode clamar com Jesus nosso Senhor* [...] *Vá entregando tudo aquilo que está no seu interior para este Senhor maravilhoso.* Experimente o poder de Deus na sua vida. Eu convido a você estender *as mãos em direção a Jesus, mas não estender para um Deus morto, que morreu na cruz... Você pode ir se entregando ao Senhor... Podemos ir ajoelhando... E você pode ir colocando nas mãos desse Deus maravilhoso tudo aquilo que está no seu interior. Olhe para esse Deus vivo* [...] *Você que está nos acompanhando em casa, pela sua tv, peça que o senhor Jesus também entre na sua casa nesse momento.* [...] *Vá dizendo obrigado Senhor, vai falando, vai louvando o Senhor:* [...] *Eu convido você nesse louvor também, colocando todas suas enfermidades. Recita comigo.* [...] *estenda suas mãos. Você que está também em sua casa,*

¹⁰ *Ponto de Luz*. TV Record, São Paulo, 10 out. 2002.

estenda suas mãos [. . .] . *Agora também é o teu momento a tua hora [. . .] Jesus está tomando conta deste seu coração.*¹¹

EX2: *Erga as mãos e peça [. . .] Vamos aplaudir este Jesus maravilhoso. [. . .] bem forte, todo juntos! Bem forte [. . .] diga a ele. Preciso de uma benção, força! Tocai, toca Senhor. [. . .] estenda as suas mãos em direção de Jesus. Eu convindo você agora a imaginar: E agora vamos fazer um silêncio profundo até que Jesus venha dar a benção aqui em cima. [. . .] E aplauda esse Deus maravilhoso.*¹²

EX3: *Respire fundo e faça aquilo que não fazia antes, mexa o braço para cima ou para trás, procure aquela hérnia ou aquele caroço, mioma. Deus está operando agora, tape aquele ouvido bom e escuta com aquele que não escutava. Tape o olho e enxerga com o olho que não enxergava. Onde está o seu mal? E faça como eu que já saiu o meu mal. Aconteceu o milagre você conta que não é o para o demônio não anular o milagre.*¹³

Nos exemplos, existem operações em comum, como os processos de exortação mediante injunções feitas aos fiéis para que sigam um processo que vai tratar de vinculá-los a resultados específicos. Recomendam o grau de intensidade de gestos e palavras: “*bem forte, diga a ele*”, “*mais forte*”. Dizem o momento em que o indivíduo está autorizado a fazer determinada ação: “*e você já pode*”. Estabelecem ordens pontuais: “*experimente, olhe para este Deus*”; “*Erga as mãos*”; “*Aplauda este Deus maravilhoso*”. O indivíduo é buscado à distância para constituir o coletivo e seguir o ritual: “*você que está em casa vá dizendo*”. O percurso do processo é igualmente cadenciado, situação em que o sujeito é conclamado a agir, segundo determinados procedimentos: “*vá entregando*”; “*pode ir ajoelhando*”; “*vá dizendo*”; “*vá louvando*”. A mediação assinala o momento em que se decreta o ápice da interação, onde os processos de contágio discursivo culminam com o contágio entre as duas ordens:

“[. . .] *agora também é o teu momento. Jesus está tomando conta do teu coração. Jesus está aqui.*”

O corpo não é apenas objeto, mas se torna um alvo-fim na medida em que são operações que visam produzir nele o bem estar, ou a cura, assim definida pelo discurso evangélico. O corpo literalmente é ordenado a agir: “*respire fundo*”, “*faça junto*”, “*mexa o braço*”, “*procure a hérnia*”, “*tape o olho*”.

¹¹ *Deixe a Luz Entrar*. TV Século 21, São Paulo, 26 ago. 2002.

¹² *Missa no Santuário Bizantino*. Ministrante Padre Marcelo Rossi. Rede Vida, São Paulo, 11 nov. 2003.

¹³ *Show da Fé*. Rede Bandeirantes, São Paulo, 17 maio 2003.

Segue as instruções do oficiante o qual, além de dar ordens, tem a autoridade para dizer da cumplicidade de Deus com este ritual (*Deus está operando, agora*). Este “ritual” é permeado por cerimoniais relacionados com as “cirurgias espirituais” de natureza sincrética. Ao mediador compete checar se o “exercício” deu resultados, quando indaga “onde está o mal”, momento em que seu poder e autoridade poderiam ser colocados em prova.

As estratégias atualizam a sugestibilidade para instalar na esfera da subjetividade dos fiéis. Sabemos que o auditório é reunido, voltado para determinados fins, cujas expectativas se impõem sobre a dinâmica das interações, envolvendo-se assim por um “estado de atenção favorável à sugestão.” (LE BON, 1921, p.19) produzindo-se como resultado uma espécie de “sugestão contagiosa”. Estas novas aglomerações estão, a priori, à mercê dos manejos das situações que são dinamizadas pelos pregadores. Suas enunciações manejam as demandas apresentadas pelos coletivos em desamparo, pois “[...] a multidão só se impressiona por sentimentos excessivos, [...] o orador que quiser seduzir, deverá abusar das afirmações violentas. Exagerar, afirmar, repetir e nunca tentar uma demonstração qualquer mediante um raciocínio.” (LE BON, 1921, p.32). As sugestões e os contatos podem dirigir-se tanto à dimensão de ações físicas, mas também a de ordem subjetiva. E sujeito e convidado a algo mais, para outras operações que ultrapassam o “[...] agir físico do mundo.”, e que se deslocam para a dimensão psíquica: *eu convido você a imaginar*. . . o que não deixa de ser uma forma de “trabalho mental”, ou seja, organizar o pensamento segundo os neo-dispositivos de gestão das subjetividades em função o que dele deseja retirar ou possuir, o mundo da crença.

2.1.5 “OLHE PARA A SUA MÃO E DIGA...”

As estratégias avocam formas de curas, cujos cerimoniais têm como condição de sua produção, algumas operações discursivas da televisão e, nestes termos, a sugestibilidade é um fenômeno que se efetiva também na medida em que seus efeitos são mostrados como realidade construída pelo trabalho enunciativo da/na televisão.

O exame de duas estratégias discursivas pretende mostrar que são as palavras prontas que geram contatos e, como efeito, a suposta sensação da cura, enquanto alívio do mal estar. Seja por extirpar o *encosto*, seja para conter a *dor de cabeça*, ou jogar fora o *passado* do paciente.

EX1: Senhor, neste momento aqui em tuas chagas venho pedir. Bem forte. Peça. Cura-me Senhor! Essa dor de cabeça, essa labirintite, esta osteoporose e lava meu passado com teu

sangue derramado. Cura-me senhor, cura-me senhor! Erga as mãos. Vem, ser a voz. Vem ser o ar. [. . .] e se há tristeza no coração com a perda de alguém querido, saudade não. A saudade ela é sadia. A saudade faz derramar lágrimas de emoção, mas é algo sadio. Agora a tristeza, não. Se há tristeza no dia de amanhã, e não saudade, vamos pedir a esse nosso Deus. Ele que é o medico dos médicos, que ele tire toda essa sensação de tristeza. [. . .] que ele lhe dê muita saudade, porque só sente saudade quem ama e só deixa saudade quem foi amor.¹⁴

EX2: *Vamos ficar de pé agora. [. . .] Você que tá em casa, faça a mesma coisa. [. . .] Você sabe como Deus quer operar? Então olhe assim para sua mão e diga: pai, em nome de Jesus eu te ofereço a minha mão e te peço coloca nesta mão o teu poder. [. . .] pegue esta mão e coloque em cima do mal, se possível. Não sendo, ponha sobre o coração. Acredite agora, você que está com uma dor aí do lado, que não está agüentando, Deus quer operar e vai operar em nome de Jesus, feche os olhos e diga, em nome de Jesus, exijo que todo o mal que está aqui na minha vida desapareça [. . .]. Enquanto eu estiver orando chame o mal pelo nome e mande ele embora. [. . .] Eu repreendo esta doença, eu repreendo esta infecção, este mal que está na face dessa pessoa, este mal; que está o lado direito, no quadril. Saia agora, saia da garganta, sai da gengiva, vai saindo do corpo todo dessa pessoa, da cabeça da perna, do braço, do joelho, da perna, onde estiver o mal agora. Eu estou mandando, eu estou determinando, eu estou exigindo. Oh mal saia agora, caroço desapareça, hérnia vai embora, tristeza vai embora, depressão eu exijo, eu mando saia todo mal agora. Está amarrado este mal, e saia em nome de Jesus.¹⁵*

No primeiro exemplo, as enunciações colocam o *mediador* num lugar de co-oficiante, e ele divide com o auditório as súplicas e as orações, orientando o processo da repetição das falas por parte dos fiéis. Relativiza, porém, o seu “poder de curar”, na medida em que este é atribuído a Deus, a quem chama de “médico dos médicos”.

No segundo exemplo, o enunciador avoca a si o controle do discurso, na medida em que ocupa sem compartilhamentos o lugar da mediação. Anuncia os procedimentos que vai fazer, orientando unilateralmente a construção do

¹⁴ *Missas do Santuário Bizantino*. Ministrante Padre Marcelo Rossi. Rede Vida, São Paulo, 11 jan. 2003.

¹⁵ *Show da Fé*. Rede Bandeirantes, São Paulo, 11 jan. 2003.

processo de sugestibilidade, abrindo exceção para dizer o momento em que Deus opera e monitorando o trabalho de produção de sentido do seu auditório. Trabalha sobre problemas e enfermidades, rastreia a contenção do mal numa faixa mais ampla do corpo, distinto da estratégia do oficiante católico. Assim, ordena cura “da cabeça aos pés”.

Pode-se dizer que são dois contratos de leitura: no primeiro, o oficiante apresenta-se como mediador das demandas para Deus. No segundo, declarando-se porta-voz da ordem divina, decreta, ele mesmo, a seu modo, a presença de Deus no próprio processo, bem como o destino das demandas.

2.1.6 A PUBLICIZAÇÃO DAS DORES

As telemissões permitem não só a presença das pessoas no *setting*, mas também a expressão de suas palavras, convertendo-as em co-oficiantes dos programas. Ainda que os oficiantes tenham uma posição central, os fiéis ocupam um lugar peculiar na medida em que lhes é permitido exprimir suas dores, inquietações e mal estar das enfermidades. O fiel é sempre porta-voz de pessoa que, ausente por causa da enfermidade, pede a intervenção do mediador.

*Uma avó minha que tá com três tumor, e ela pediu muito que eu viesse aqui, pra Pe. Marcelo pedir pra Deus ajudar ela e também to pedindo pela minha filha que ta sofrendo muito...*¹⁶

Vale recordar que, na sua modalidade clássica, a novena se faz através de um ritual no qual pedidos e súplicas são dirigidos à ordem do sagrado através de manifestações de contrição e de intimidade, no máximo compartilhados com a esfera de pequenas comunidades. Nas telemissões, as dores, comoções e esperanças são endereçadas para uma esfera mais complexa na medida em que as pessoas falam para esfera pública, via um mediador, constituindo dois lugares específicos, o do destinatário das suas mensagens (os oficiantes do programa) e da audiência mais ampla.¹⁷

2.1.6 “FOI EM SEU PROGRAMA QUE EU RECEBI A CURA”

Os testemunhos são preparados para serem publicizados nos programas nos quais se associam prédicas e rituais religiosos com operações significantes dos processos midiáticos. “*Momento de Adoração*” é uma versão midiaticizada

¹⁶ *Momentos de Adoração*. Apresentado pelo Padre Eduardo Doughert. TV Século 21, São Paulo, 09 set. 2002. Programa apresentado de segunda-feira a sábado, às 6h55min.

¹⁷ *Novena*. Apresentação pelo Padre Marcelo Rossi e por D. Fernando Figueiredo. Rede Vida, São Paulo, 03 de nov. 2002.

do evento litúrgico católico *“Adoração do Santíssimo”*, o que classicamente se passa na intimidade dos templos. No templo, o momento de adoração é um encontro direto dos fiéis com a esfera do divino através de linguagens e signos muito específicos. Aqui, o altar é deslocado para a esfera da TV, instituindo uma estrutura oficiante nova, reunindo personagens do universo religioso (padre e freiras) que funcionam como mediadores das relações entre o divino e o auditório à distância. A maneira de tornar presentes os fiéis, na forma de auditório, se faz pela presença, via epistolar dos testemunhos procedentes do mundo dos fiéis. São tais relatos de vidas, de pedidos, de inquietações e de confissões que fazem com que se estabeleçam dois vínculos entre os “funcionários” do campo religioso com o espaço da divindade e com a esfera dos fiéis.

O testemunho apresenta-se na forma de uma carta que a pessoa envia á produção do programa, a qual é relatada por seu oficiante, o que permite inferir que as mesmas possam sofrer processos de “editagens”.

Gostaria em primeiro lugar de agradecer a cura que recebi. Há mais de 5 anos eu sofria de uma infecção urinária, tomei muitos remédios e nada adiantava. Mas com a graça de Deus, durante o programa a benção do Santíssimo, pedi com muita fé e fui atendida, não sinto mais nada. Repeti os exames e não deram nada. Outra cura que recebi diante do Santíssimo foi a cura de uma infecção sanguínea, a quantidade de glóbulos vermelhos estavam insuficientes e foi em seu programa que recebi a minha cura.

Se os pedidos são mediados, igualmente os agradecimentos são também pronunciados pela eficácia dessa estrutura de mediação, que, além de organizar o espaço, se apresenta com uma competência para a interação, ao dar ouvidos ao discurso do outro e legitima a sua competência ao remeter este discurso para a esfera do sagrado (FLAHAULT, 1982).

3 CONCLUSÕES

No cerne das teleestratégias, há evidência de, pelo menos, dois pontos convergentes nas operações discursivas estudadas: a necessidade de conectar-se com o mundo dos fiéis segundo disposições pedagógicas e comunicacionais distintas daquelas que até então caracterizavam os modos através dos quais se davam estes processos de interação. E a constatação de que este novo desafio passa por embates menos doutrinários e mais fundados em ações e enunciações de outra ordem em que imagens emotivas e várias operações desencadeadas pelo corpo (como expressão e fala) remetem a uma complexidade de sentidos

em que os atos de enunciação estão relacionados com seus efeitos sobre o outro (FABBRI, 1999). Essas dimensões convergem para a observação de que as religiões hoje se fariam muito mais pela mediação das estratégias de produção de sentido midiático e dos seus efeitos, e muito menos da permanência das formas elementares da vida religiosa, conforme descreveu Durkheim (1989).

Trata-se de um fenômeno ao mesmo tempo social, discursivo, via uma indústria cultural que engendra e opera produtos destinando-os ao mundo religioso, e na qual circulam não apenas “preces e mensagens”, mas milhões de dólares, a exemplo de outras operações financeiras e comerciais. Também discursivo na medida em que, sem uma complexa “pragmática discursiva”, esta nova modalidade de *fazer a religião*, hoje, possivelmente não se constituiria com tais características.

Os programas telerreligiosos se estruturam, independente de serem evangélicos ou católicos, com os mesmos ingredientes. Sua vida passa no palco onde missas, cultos, novenas, sessões espirituais e outros ofícios religiosos são permeados e estruturados por vários gêneros e formatos como programas de auditório, *talk show*, emissões escolares, entrevistas, debates, documentários, publicitários, novelas, etc. Muitos dos veiculados envolvem também a participação do público, segundo determinadas possibilidades, atualizando os atuais formatos de *talk show* e *reality show* em nome da fé, da cura e da conversão.

Constata-se, segundo as estratégias aqui estudadas, que nenhuma das igrejas está efetivamente interessada em produzir reconhecimentos daqueles que com ela interagem, no âmbito dos programas, levando em consideração suas singularidades. Dirigidas até então aos vários campos sociais, junto a quem não encontram respostas nem destino para suas questões, as demandas do “mundo da vida” são absorvidas, agora, no âmbito das “políticas de reconhecimento” telerreligioso cujo cerne não é a tomada em consideração da natureza mesma destas demandas, mas a sua subordinação aos interesses instrumentais de uma religião movida pela ética do consumo e da prestação do serviço. No lugar disso, o que se produz como reconhecimento, é o tipo de pertinência que tem o caso daquele a quem se permite falar na TV, para os fins estratégicos, mercadológicos etc do programa. Assim, o acesso se dá sob certas condições. É verdade que, na esteira das novas modalidades de interação televisiva, os programas religiosos constituem-se também num espaço de escuta, de acolhimento e de atenção para com aqueles que constituem essa demanda. Entretanto, essas possibilidades de fala somente concedem-se na medida em que as possibilidades de sentido ao invés de permitirem as palavras por dizer, as subordinam à lógica de palavras prontas.

Ou seja, a oferta da escuta se faz, é certo, em cima das individualidades, por assim dizer, de certas singularidades, mas são singularidades que trazem características emblemáticas, nos termos segundo os quais a história daquela demanda, ou de quem tem algo a dizer, é apenas um pretexto para as razões instrumentais e mercadológicas em que se funda a estratégia telerreligiosa.

As emissões são estruturas complexas, como complexos são hoje os discursos midiáticos construídos por dimensões aí voltadas para a emoção e que se organiza em torno de uma certa catarse, ou melhor, de comoção. Mas o ápice dessas situações se desfaz na medida em que se dissolvem as próprias circunstâncias sobre as quais se fundam as emissões .

Nesta “comunidade de ajuntamentos”, vivem-se muitas situações: a igreja pedagógica, situações de teatendimentos e de socorro espiritual, encontros terapêuticos, práticas de ofícios religiosos, celebrações como possibilidades de posse dos bens sagrados, situações de telemarketing, o antigo confessional, os cultos de exortação fundados na religião guerreira, a cura do mal-estar como negócio.

Vive-se, assim, a experiência de novas aglomerações que se estruturam em torno de “multidões”, segundo certos contextos, e que compartilham algo, mas apenas em termos circunstanciais. E para que ela se mantenha coesa, mobilizam-se as estratégias do “fazer - fazer”, em torno de técnicas de sugestibilidades, mediadas pela força dos atores que, na condição de personagens midiáticos, põem em rota certas estratégias pelas quais as pessoas se enlaçam identificatoriamente com suas referências. Talvez, o ápice da religião personalizada esteja no fato de que sua natureza, suas fontes de inteligibilidade e as referências dos seus fundamentos passam pela espessura desta estrutura mediadora, que toma forma na corporeidade dos apresentadores, em suma de matéria significante.

Argumentações relativas às questões de devocionalidades, sobre as quais se inspira a religião, são substituídas por outras tantas fundadas, por exemplo, numa pragmática e/ou na magicidade de objetos (terços, cds, livros, plantas, água etc) e de outros referentes, instituindo-se assim determinados sincretismos, com os programas pentecostais apoiando-se nas simbologias das religiões afro-brasileiras, visando a captura de mais fiéis.

A ênfase dessa reflexão está voltada para o papel que têm a técnica e a linguagem midiáticas na conversão da religião num novo signo. Chama-se atenção para as estratégias pelas quais as instituições religiosas, via-mídia, se enlaçam numa determinada estrutura simbólica voltada para instituir novos laços com a esfera dos fiéis.

Este modelo de enunciação não dá ênfase tanto a conteúdos, mas para aquelas formas com que se pode, aparentemente, prever os engajamentos dos fiéis nessas estruturas de produção e de consumo da religião. Ambientes, gestos, olhares, palavras constroem uma religião do aqui e do agora, em que os medidores “pilotam” sob certas condições uma *estratégia em ato*. Assim, menos conteúdos, mais performance, menos reflexão e mais imaginação tutorizada, segundo a complexidade de linguagens que se propõe a fazer operar uma religião.

A magia midiática não está situada num horizonte longínquo. Ela é mostrada e montada por esses dispositivos que tratam de constituir os novos processos de re-encantamento do mundo. Sem a técnica e os agenciamentos da “economia de contato” da esfera midiática, Deus deixa de ser uma contemplação, e se torna o personagem capturado pelo que propõe a enunciação na forma de objetos, linguagens, emoções e de novos vínculos. Não se sabe se tais estratégias resultam em elos mais profundos, ainda que possa haver identificações entre oferta e demanda simbólica. Mas um resultado subsiste, como efeito de sentido, que é o modo de *estar junto* organizado pela estratégia teleregressiva, que assim instaura novas formas de religiosidades.

The Religion of *Contact*: discursive strategies of the new “mediatic temples”
ABSTRACT

Through a study of televisive programs, the aim is an examination of the role of mediatic processes by “contact economy” from “the old churches” to new environments showing the maintenance of religion in the public sphere.

KEYWORDS: Religiosities. Television. Discourse. Contact.

REFERÊNCIAS

BABIN, Pierre; KOULOUMDJIAN, Marie-France. **Os Novos Modos de Compreender:** a geração do audiovisual e do computador. São Paulo: Paulinas, 1989.

BARBERO, Jesus Martin. Mass Media as a Site of Resacralization of Contemporary Cultures. In: HOOVER; Stewart; KNUIT, Lundby. **Rethinking Media, Religion and Culture.** Londres: Sage Publications, 2002. p.102 - 116.

BAUMAN, Z. **Comunidade a Busca por Segurança no Mundo Atual.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BAUMAN, Zigmunt; Tester K. **La Ambivalência de la Modernidad y otras Conversaciones**. Buenos Aires: Paidós, 2002.

BONFATTI, Paulo. **A Expressão Popular do Sagrado: uma análise psico antropológica da Igreja Universal do Reino de Deus**. São Paulo: Paulinas, 2000.

CARRANZA, Brenda. **Renovação Carismática Católica Origens, Mudanças e Tendências**. São Paulo: Santuário, 2000.

CASSETTI F. E; ODIN, R. De la Paléo: à la néo télévision. **Communications**, Paris, n. 51, p. 9-26, 1990.

CATÓLICOS Fundamentalistas: com rígidas normas de conduta, as comunidades carismáticas multiplicam-se. Já há mais de 300 grupos no país. **Revista Carta Capital**, São Paulo, ano 10, n. 296, jun., 2004.

DURKHEIM, Émile. **As Formas Elementares de Vida Religiosa: o sistema totêmico na Austrália**. São Paulo: Paulinas, 1989.

ECO, Umberto. **La Estrategia de la Ilusion**. Buenos Aires: De la Flor, 1987.

FABBRI, Paolo. **El Giro Semiótico**. Barcelona: Gedisa, 1999.

FLAHAUT, François. **La Parole Intermediaire**. Paris: Seuil, 1982.

FONSECA, Alexandre Brasil. Fé na Tela: características e ênfases de duas estratégias evangélicas na televisão. **Religião & Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, p. 33-52, 2003.

FONSECA, Alexandre Brasil. **Nova Era Evangélica, Confissão Positiva e o Crescimento dos Sem Religião**. Disponível em: <<http://www.ejesus.com.br/novaera.htm>> . Acesso em: 12 jul. 2001.

FOUCAULT, Michel. **Tecnologias del yo y Otros Textos Afines**. Barcelona: Paidós: Ibérica, 1991.

GUTWIRTH, Jacques. **L'Église Électronique: la saga dès télévangélistes**. Paris: Bayard, 1998.

HADDAD, Gérard. Entrevista: “todas as religiões e civilizações, até sem escrita, comem livro.” **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 08 maio 2004. Caderno Idéias, Entrevista, p. 4.

HOOVER Stewart M.; KNUT, Lundby. **Estabelecendo Agenda**: introdução repensando a mídia, a religião e a cultura. Tradução de Maria Isabele Campos Vasconcelos. Londres: Sage, 2000.

HOOVER Stewart M.; KNUT, Lundby. **Introduction**: Setting the Agenda. Londres: Sage, 2000.

HOOVER, Stewart M.; CLARK, Lynn Schofield. **Practing Religion in the Age of the Media**: explorations in media, religion and culture. New York: Columbia University Press, 2002.

HOOVER, Stewart M. **Religião, Mídia e o Centro de Gravidade Cultural**. Tradução de Maria Isabele Campos Vasconcelos. Nashville: [s.n], 1998.

JACOB, César; HEES, Dora R.; WANIER, Phillipe; VIOLETTE Brusnetin. **Atlas da Filiação Religiosa e Indicadores Sociais no Brasil**. Rio de Janeiro: PUC-RJ: CNBB: Loyola, 2003.

KRISTEVA, Julia. **As Novas Doenças da Alma**. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

LANDOWSKI, Eric. **Presença do Outro**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

LE BON, Gustave. **Psychologia das Multidões**. Rio de Janeiro: Garnier, 1921.

MARIZ Cecília. Secularização e Dessecularização: comentários a um texto de Peter Berger. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 21. n. 1, p.25-40, 2001

MATTA, Maria Cristina. **Comunicacion, Ciudadania y Poder**: pistas para pensar su articulación. Lima: Dialos, 1999.

MURDOCK, Graham. **O Reencantamento do Mundo**: a religião e as transformações da modernidade. Londres: Sage, 2000.

SLOTERDIJK, Peter. **O Desprezado das Massas Ensaio sobre Lutas Culturais na Sociedade Moderna**. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.

SODRÉ, Muniz. Existe Consciência Ética na Imprensa? In: _____ **Ética, Cidadania e Imprensa**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002a.

SODRÉ, Muniz. A Salvação Cotada em Dólar. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd110720011p.htm>> Acesso em: 14 jan. 2002b.

SODRÊ, Muniz. **O Social Irradiado** - violência urbana, neogrotesco e mídia. São Paulo: Cortez, 1992.

TARDE, Gabriel. **A Opinião e as Massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

VERÓN, Eliseo. **Televisão e Política: história da televisão e campanhas presidenciais**. In: FAUSTO NETO, Antonio; VERÓN, Eliseo. **Lula Presidente Televisão e Política na Campanha Eleitoral**. São Leopoldo: Unisinos; São Paulo: Hacker, 2003.

VIZER, Eduardo. **La Trana (in) Visible de la Vida Social: comunicación, sentido e realidade**. Buenos Aires: La Crujia, 2003.

WEBER, Max. **A Ciência como Vocação**. In: _____. **Ensaio de Sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

WEBER, Max. **Textos Seleccionados**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

Antônio Fausto Neto
*Doutor em Ciências da Comunicação e da Informação pela
École des Hautes Études en Sciences Sociales de Paris.
Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da
Comunicação da Unisinos.
E-mail: fausto@icarو.unisinos.br*