

RESENHA

M. Neusa dos Santos e Luiz Peres-Neto. *Comunicação, Consumo e Religião: A peregrinação e a busca pelas virtudes de Santa Paulina*. São Paulo: Edições Loyola, 2016.

Giji Pichappillil Mathew¹

Com o tema Comunicação, Consumo e Religião os autores desta obra defendem o conceito do Consumo Moral da Fé a partir de análise e conclusões feitas no estudo sobre as peregrinações ao Santuário de Santa Paulina, localizado em Nova Trento, no estado de Santa Catarina. O texto transita entre várias áreas de conhecimento, tais como: a Antropologia, a Comunicação, a Filosofia.

O leitor, ao ler a obra, faz uma experiência de peregrinação pelos textos que intercalam a teoria, as narrativas e as foto-imagens que se diferenciam das outras obras desse gênero. Os autores desenvolvem o trabalho a partir das narrativas dos peregrinos, com o pressuposto de que narrar é uma manifestação que acompanha o homem desde a sua origem. Ao narrar a sua experiência, o peregrino se torna um mediador do tempo e das experiências vividas (p. 18). A partir de diversas fontes teóricas, da comunicação, da antropologia, do consumo, da ética e da religião, os autores desenvolvem o trabalho numa via interdisciplinar. Além de um ato de fé, a religião representa uma linguagem, um universo semiótico repleto de símbolos que costuram os sentidos da vida presente e da esperança de um porvir transcendental.

No primeiro capítulo, os autores abordam o fenômeno religioso das peregrinações. A reflexão começa a partir do pressuposto de que todo o homem é um ser a caminho. Essa ideia é reforçada por todas as religiões. Assim, alimentado com os pensamentos de seres peregrinos, o homem terreno busca a santidade que é representada nos santos e nas santas católicos, ou num ser Superior em outras denominações. Segundo a obra, a finalidade dos peregrinos é buscar a proximidade física com a Santa, por

¹ Doutorando em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

estarem no local onde ela caminhou, trabalhou. Ao fazerem isso, as religiões auxiliam as pessoas a encontrar ânimo e motivação, respostas e esperanças perante situações de sofrimento e das outras mazelas individuais e sociais.

No segundo capítulo, trabalham as virtudes da Santa e a busca por uma vida virtuosa, fundamentando no conceito filosófico de Aristóteles acerca da definição de virtude, referenciando-se a uma disposição habitual e firme para praticar o bem (p. 49). O texto diz que as virtudes da Santa são valores adquiridos no berço familiar, aperfeiçoados na sua vida cotidiana e comunicados aos outros e à sociedade pela prática de atos virtuosos. Os autores trabalham o conceito e a sua relação entre a Santa e os peregrinos.

O terceiro capítulo desenvolve-se em torno de culturas do consumo, comunicação e o “consumo moral da fé” (p. 57). O sentido da palavra consumir é atrelado a algo próprio da cultura contemporânea que molda as novas gerações. No mercado do consumo, a religião se nutre desta sociedade e alimenta os seres que a ela pertencem, gerando um mercado de bens simbólicos. O âmbito do consumo moral da fé implica mudanças pessoais a partir do contato com uma pessoa que viveu essas virtudes.

No quarto capítulo, trabalha-se o processo da construção do santuário de Santa Paulina e as marcas de fé. Aqui se destaca a diferença entre o sagrado e o profano, tanto o espaço, quanto as coisas, abordando os sinais do sagrado na construção do templo. Toda a região e o templo ganham um ar de sacralidade e mistério, levando os peregrinos a sentirem o contato com a Santa, materializado nos símbolos espalhados em todo o espaço. Esse espaço sagrado é cheio de ritos e mitos que remetem os peregrinos à outra esfera, uma esfera sagrada, em comunicação com o divino, assim entrando nos relacionamentos diferentes do cotidiano. Os autores destacam a capacidade da religião de motivar, renovar e transformar o homem através de uma comunicação simbólica e transcendental.

No quinto capítulo, discursa-se sobre as promessas votivas no santuário de Santa Paulina. O santuário é um espaço onde se desenvolve os ritos. Na relação entre devoto e ex-voto há uma dinâmica de economia de trocas simbólicas que envolvem uma série de atividades. Afirmam que a comunicação é um processo, em que a cultura se materializa como o principal agente mediador e também como fonte de mediação (p. 78). No sexto capítulo, apresentam os cenários de consumo presentes no espaço sagrado do santuário de

Santa Paulina. Os autores demonstram que tudo nesse espaço tem algo a ver com o sagrado. A religião não sacraliza apenas o espaço e o tempo, mas também seres e objetos do mundo, que se tornam símbolos de algum fato religioso.

A obra se destaca pela fina elaboração teórica e prática, feita do entrelaçamento do tecido de um conceito a partir do tripé: Comunicação, Consumo e Religião. O livro torna-se interessante e ótimo para os estudantes e pesquisadores de diferentes áreas, que buscam compreender o fenômeno religioso dos peregrinos e o consumo moral da fé. É um trabalho muito bem elaborado que ajuda a compreender a religião e a sua complexidade no mundo pós-moderno.