

Inversão de papéis

Regina Tavares Menezes

Unicsul – São Paulo

Resenha de MARTINO, L. M. S. **Mídia e Poder Simbólico**, São Paulo, Paulus, 2003.

Por essa não se esperava! Ao menos não era previsto que a “santa da janela” repercutiria na imprensa por semanas a fio, nem que o Padre Marcelo Rossi e sua celebração receberiam os respectivos títulos de astro pop e showmissa, muito menos que dar socos e pontapés em uma imagem de Nossa Senhora da Aparecida, diante das câmeras geraria revolta e comoção perante a opinião pública. Finalmente, é inevitável não se surpreender com o livre arbítrio existente entre assistir a missa de domingo nos moldes tradicionais ou trajando pijamas no conforto do sofá de casa. O livro *Mídia e poder simbólico* de Luís Mauro Sá Martino chega em um momento oportuno, distante dos acontecimentos de reflexão efêmera promovida pela mídia – como os mencionados - e perto de uma pesquisa madura e consciente sobre um tema pouco explorado pela Academia. Nas palavras do autor “A escolha desse campo não é por acaso”.

Entre as estratégias religiosas promovidas ao longo da história em busca de fiéis, eis que surge uma nova arma, de cunho simbólico e nem por isso menosprezada, muito pelo contrário, necessária e eficiente para a existência e a manutenção das atividades religiosas da sociedade atual, os meios de comunicação. O jovem doutor em Ciências Sociais pela PUC (Pontifícia Universidade Católica-SP) desmistifica nos seis capítulos que integram sua obra pontos pouco debatidos sobre a área em questão, tais como; a aparente prerrogativa democrática da distinção entre Estado e Igreja, a falsa sensação de que a religião é um tema menor para os grandes veículos de comunicação de massa, e finalmente, o progressivo interesse das religiões na mídia eletrônica, especialmente, na televisão e no rádio.

Entre a linha tênue que divide as discussões acerca de religião, poder simbólico e mídia; estão as especificidades do uso e da presença dos veículos institucionais de comunicação de caráter religioso na cultura e na política nacional. Ainda na introdução, o autor adverte que o presente livro é o terceiro desdobramento dos estudos relacionados à mídia e à religião. Entre os apontamentos alcançados, desde o primeiro ano de sua graduação, está um curioso movimento de transição desencadeado na década de 90. O fato de os meios de comunicação deixarem de ser um mero instrumento angariador de fiéis para adquirir o status bélico no combate simbólico entre religiões.

Ciente dos pudores religiosos em relação aos pesquisadores laicos e seus questionamentos intrigantes e, por vezes, inconvenientes; o autor recorreu a procedimentos metodológicos peculiares. Em sua expedição de campo, obteve experiências que variaram entre receber a unção com “folhas da prosperidade” a participar de uma “oração forte”, com tintas de exorcismo. Todas as referências do livro fazem jus a um trabalho detalhado de análise de notícias de jornal ou programas de rádio e TV. Apesar da incursão relevante em estudos de religião em ciências sociais, o autor esclarece, pontualmente, ter a mídia como objeto de estudo.

A abordagem Gramsciniana permeia o texto e argumenta como as instituições religiosas utilizam os meios de comunicação para quebrar a hegemonia presente na sociedade civil ao veicular suas ideologias, de forma explícita ou muitas vezes mascarada pela tal “objetividade” jornalística. Também há a discussão sobre o materialismo histórico marxista seus seguidores e o pensamento Weberiano em seus diversos desdobramentos. Enfatizando, sobremaneira, a possibilidade da religião como fenômeno social passível de estudo científico e de autonomia reconhecida ao opor-se ao Estado em determinados momentos, a comprovar, os observados pela pesquisa empreendida pelo autor. Ainda no que tange ao referencial teórico, deparamo-nos com Pierre Bourdieu. Auto intitulado como “construtivista-estruturalista”, o referido autor deixa sua marca de forma emblemática ao longo da leitura. Segundo Luís, a concepção teórica de Bourdieu cai como uma luva a quem se dedica à reflexão não somente das formas simbólicas, à estrutura imanente da mensagem religiosa ou do corpus mitológico da religião; mas também aos que se propõem observar os produtores da mensagem, seus interesses, suas estratégias etc.

Dividido em duas partes (A produção de bens simbólicos e A gestão do capital simbólico) o livro aponta mudanças relevantes para os estudos de religião na contemporaneidade, a seguir considerações louváveis no que concerne à primeira parte: a alteração da concepção de sagrado; a designação de prerrogativas burocráticas à competência de laicos; a perda de espaço da religião em determinados universos sociais; as novas motivações dos fiéis que procuram atrelar-se a alguma religião (desemprego, alcoolismo, doenças etc); o comportamento, os costumes, a postura, a linguagem e os gestos impostos pelo espaço institucional; o uso dos meios de comunicação na construção de universos simbólicos; a utilização peculiar dos gêneros jornalísticos (informativo, opinativo, diversional) na produção dos veículos institucionais religiosos; o pressuposto de um receptor interativo e multiplicador do conhecimento e uma nova concepção do que é notícia sob a ótica institucional.

Na segunda parte do livro, discute-se, justamente, como tal produto simbólico será veiculado. De antemão, o autor aponta duas alternativas: fazer a grande imprensa se interessar pelo assunto ou divulgar o assunto nos veículos institucionais. Com maior

propriedade e detalhamento Luís esmiúça os procedimentos pelos quais a notícia é produzida nas mídias aberta e institucional, sempre à luz das Teorias da Comunicação adequadas ao tema. Entre a análise de fatos específicos como os mencionados no início da resenha, a religião torna-se pauta quando atende às especificidades da produção de notícia na grande mídia. Quanto à angariação, fidelização de fiéis e - em última instância - o sustento financeiro da própria instituição; a produção simbólica emitida pela mídia institucional não poupa esforços. Nesta empreitada desafiadora, são elaboradas diversas estratégias, inclusive as que prevêm a inserção dos “homens de Deus” na política e na economia, conforme aponta o autor em detalhes.

Não há como terminar a leitura sentindo um profundo mal-estar no que se refere ao tradicional entendimento de religião, seja sob a ótica do senso comum ou da do conhecimento científico. Uma verdadeira guerra simbólica encontrou representação na mídia e sustenta uma complexa estrutura econômica, política, cultural e social, passível de estudos imediatos. Em contrapartida, uma inversão de papéis, denunciada pelo autor, nos intriga profundamente. Afinal, a simbiose mídia, religião e poder simbólico atestam uma realidade mais próxima das práticas laicas, do que das religiosas.