

Pluralismo Religioso nas Mídias Eletrônicas¹

Eliane Hojaij Gouveia
Pontifícia Universidade Católica – SP

Luís Mauro Sá Martino
Faculdade Cásper Libero – SP

Em seu principal ensaio, *Economia e Sociedade*, Weber (1991) define a ação social como toda ação realizada em relação a outra pessoa. Dessa maneira, toda ação social se reveste ao mesmo tempo de um caráter reflexivo – na medida em que tem um presumido “outro” como ponto de contato – mas também uma ação comunicativa, na medida em que minha ação é sempre um comportamento a ser interpretado pelo outro. Não por acaso, Habermas (2001) tende a derivar, em parte, sua noção de uma “ação comunicativa” a partir de uma matriz weberiana relacionada ao significado de uma determinada atitude. Nesse sentido, toda ação religiosa, é, por definição, uma relação simbólica mediada hora pelo indivíduo, hora pela instituição. No mundo moderno, essa mediação ganha um novo aspecto ao ser incorporada pelos meios de comunicação de massa.

Um punhado de charges publicadas em um obscuro jornal da Dinamarca por pouco não deflagra um conflito mundial. Pessoas e instituições são acusadas, governos tentam aplacar os ânimos, as Nações Unidas são chamadas a intervir. Em termos locais, a Rede Record de televisão sofre, em 2001, uma punição por exibir, em um programa religioso, invectivas associando religiões afro-brasileiras ao demônio. A Federação Brasileira de Umbanda ganha o direito de resposta. E, há pouco mais de dez anos, o bispo Sérgio Von Helde, da Igreja Universal, protagoniza o episódio do “Chute à santa”, provocando a reação de fiéis católicos. A matriz de todos esses acontecimentos no campo religioso está vinculada à mídia. Não fosse a íntima associação entre os meios de comunicação de massa e as religiões, provavelmente nada disso teria ocorrido.

As religiões têm como principal mote a fraternidade universal. Uma breve consulta aos principais tratados teológicos confirma essa afirmação, sem a necessidade de uma demonstração exaustiva. Todavia, quando as instituições religiosas se manifestam pela mídia, seja impressa ou eletrônica, um paradoxo se manifesta: em vez da fraternidade irrestrita, buscam a deslegitimação de outros grupos religiosos, numa verdadeira guerra pelo controle do

¹ Além dos autores deste texto, participaram do projeto como bolsistas de Iniciação Científica do Pibic Pucsp/CNPq as alunas Rita de Cássia Aguiari Barbosa responsável pela Renovação Carismática Católica e Luana Terra Rangel responsável pelo Santo Daime- ambas alunas do Curso de Ciências Sociais da PUCSP

imaginário social. Além disso, devem adaptar sua linguagem aos padrões da comunicação de massa, aliando a contundência da mensagem religiosa às características específicas da mídia. Obviamente, a existência desse paradoxo é condicionada pela disposição ao proselitismo de cada religião e sua reprodução no meio social. Quanto mais acirrada a disputa pelo domínio do campo, maior a alocação de um capital religioso-simbólico para conseguir a hegemonia, especialmente na sua veiculação pela mídia.

O paradoxo entre a mensagem da fraternidade universal e a mensagem da violência contra as instituições não é novo: dezenas de guerras religiosas na História o provam e os acontecimentos atuais a confirmam. A esse respeito, já no século XVII, Kant (1994:17) afirmava que "quando uma igreja, como habitualmente acontece, se faz passar pela única universal, então quem não reconhece sua fé eclesial é por ela denominado infiel e odiado de todo o coração".

No passado e no presente, a deslegitimação pelos símbolos prepondera sobre a violência física na luta pelo monopólio pela prerrogativa de definição do sagrado. O uso da mídia como espaço privilegiado de luta.

A "guerra santa" é antes de tudo uma "guerra simbólica", cada vez mais midiaticizada e o capital simbólico é alocado para a definição dos bens doutrinários legítimos (Bourdieu, 1992:57). No uso do instrumento midiático, as religiões testam a eficácia de seus conteúdos, adequando a linguagem religiosa à da mídia.

O objetivo deste texto pesquisa é analisar a veiculação de mensagens religiosas de dois grupos específicos e contrastantes, a saber, o Santo Daime, na Internet e, a Renovação Carismática Católica, na televisão a partir de suas instituições de produção. Desde os anos 70, e, em alguns casos, antes disso, a televisão é o principal instrumento de divulgação religiosa em larga escala. A internet, liberada para uso comercial em 1995, também é utilizada nesse sentido. Portanto, a intenção é conhecer as estratégias de comunicação social utilizadas pelas principais denominações religiosas de São Paulo na configuração de um capital simbólico para a possibilidade de ganho de posições mais elevadas no campo religioso. O objeto deste trabalho são os sites e as programações televisivas mantidos por instituições religiosas católicas vinculadas à Renovação Carismática Católica e seus congêneres relacionados a prática do Santo Daime.

O método deste trabalho é a análise da mensagem, aplicado em dois momentos distintos. Na perspectiva principal, os programas de televisão Católica Canção Nova e os sites do Santo Daime foram analisados como uma forma de conhecer quais são as realidades práticas oferecidas ao público. Isso torna possível, de certa maneira, distinguir uma tipologia de conhecimentos possíveis dentro da esfera religiosa, bem como as formas interditas de ação e cognição.

Ao mesmo tempo em que a mensagem é analisada, as declarações de intenção da produção também estará sob o foco de trabalho. Foram entrevistados alguns líderes ou responsáveis, em cada grupo religioso, pela definição da programação apresentada. Dessa maneira, foi possível confrontar as idéias sobre o produto com o próprio produto, verificando

até que ponto a mensagem exposta pela mídia está em comunhão com as idéias sobre comunicação especificadas pelas lideranças.

Todo canal ou site religioso, em alguma instância, é controlado pelos dirigentes institucionais, em uma homologia de poder religioso e administrativo. Por conta disso, a definição do que será ou não exposto costuma caber, em grande parte das vezes, a uma pessoa ou a um colegiado responsável por garantir a compatibilidade entre o proselitismo e a difusão na mídia. Daí a necessidade de conhecer a mensagem institucional em sua dupla objetivação, como proposta de ação – as propostas de pastores, padres, dirigentes – e sua efetiva transmissão, a televisão.

Essas duas frentes de ação são complementares, devendo atuar de maneira conjunta para a boa compreensão dos problemas e especificidades enfrentadas. É nesse sentido que contamos o concurso de duas colaboradoras de graduação de Ciências Sociais da PUCSP, uma para monitorar a mídia religiosa Católica e outra a mídia do Santo Daime, bem como, para garantir colaborar com o fluxo de entrevistas com os responsáveis, nos dois grupos religiosos, pela mídia.

A análise do conteúdo da programação dos sites, pode ser entendida como forma simbólica de interação social e, portanto, limitada ao objeto próprio da sociologia. Nesse sentido, a análise da mensagem é uma metodologia própria das ciências sociais, privilegiada nos estudos de comunicação de massa e recepção de mídia, mas também abordada tangencialmente em outros setores da análise. Sua aplicação nos estudos de religião vem crescendo nos últimos anos, em razão das possibilidades presentes de aferição das condições sociais do conhecimento religioso em suas mais diversas formas.

Sua pertinência na Sociologia é ratificada por vários estudos que fazem o cruzamento das premissas institucionais e sua objetivação discursiva, sobretudo na mídia. Podemos citar, como exemplo, os trabalhos de Oliveira (1996:15) e, Concone (1996:134) ambos demonstrando a validade e mesmo a necessidade de estudar o conteúdo da linguagem religiosa para uma compreensão mais ampla do fenômeno. Ou, como explicam os autores que constituem uma das matrizes teóricas deste estudo, a linguagem usada na vida cotidiana fornece continuamente as necessárias objetivações e determina a ordem em que estas adquirem sentido e na qual a vida cotidiana ganha significado para mim. (...) Desta maneira, a linguagem marca as coordenadas de minha vida na sociedade e enche esta vida de objetos dotados de significação" (Berger e Luckmann, 1996:39).

Ouvir o pastor ou um padrinho do Daime falar durante um culto não significa em hipótese alguma que a mensagem, uma vez assimilada -ainda que perfeitamente -será objetivada em uma ação. Ao sair da igreja, o fiel é imediatamente assediado por milhares de mensagens concorrentes que podem, a qualquer instante, retirar sua atenção (McQuail: 1996: 42) dos assuntos tratados no âmbito institucional e mesmo levá-lo a um comportamento dissonante com aquele esperado no espaço dos condiscípulos.

Criar um tipo de procedimento, mesmo em um público já predisposto ao cumprimento de uma determinada palavra revelada, é tarefa que requer diversos pontos de conexão, como

se fosse uma verdadeira rede retórica envolvendo a audiência, de maneira que as mensagens concorrenciais, sejam laicas ou mesmo religiosas, não encontrem acesso ao imaginário do fiel.

A necessidade de contundência persuasiva não é ontológica, mas reflexiva. Seduzir novos fiéis significa não permitir que os mesmos se dirijam a instituições concorrentes. O uso dos meios de comunicação como estratégia ao mesmo tempo interna e externa ao campo da religião não se resume às denominações já estabelecidas. Ao contrário, parece, em alguns casos, ser parte do núcleo de estruturas a partir das quais o desenvolvimento religioso-doutrinário segue sua linha de ação. Nesse sentido, basta observar, em estudos anteriores, o papel fundamental desempenhado pela mídia em formas religiosas diferentes do padrão ocidental, conforme mostra o estudo de Leila Marrach Albuquerque sobre a Seicho-no-le. Conforme indica, a literatura especializada e a imprensa periódica foram fundamentais para o estabelecimento e consolidação da seita no Brasil. Recentemente, a Seicho-no-le passou a usar a televisão para sua prática doutrinária, confirmando a tendência apontada (Albuquerque, 1999:54-55).

Com efeito, McQuail (1996) indica como a mídia contribui para a construção de significados com vistas a mudanças – ou reforço – de comportamento é uma das atribuições da mídia, sendo esta responsável pela inculcação de uma determinada representação, mais do que de um padrão de comportamento. A representação, em determinados casos, o "testemunho", tem como argumento primeiro a situação verídica pela qual passou alguém já "salvo".

Os caminhos do fenômeno religioso na sociedade moderna parecem convergir para um ponto paradoxal apontado, com mais ou menos veemência, pelos diversos estudiosos do assunto. Algo, no entanto, é certo: a religião, como de resto quase todos os elementos da vida social, passa hoje em dia pelos meios de comunicação. Não é possível entender um sem o outro. Isso, evidentemente, traz conseqüências diretas para a religião, sobretudo no que diz respeito às relações entre mundo moderno e a atividade religiosa. Em linhas gerais, sem nenhuma pretensão à exaustividade de análise, é possível dividir os estudos sobre religião em dois grandes grupos, separados de acordo com a posição perante o chamado "processo de secularização".

A religião permanece em seu curso no mundo moderno, mas apenas na medida em que suas práticas secularizam-se, reduzindo o espaço do sagrado em prol de uma regulamentação adequada das ações cotidianas – isto é, um conhecimento do mundo vinculado à uma determinada construção da realidade dentro da qual o fiel encontra as diretrizes de atuação no mundo.

Uma religião desterritorializada, fragmentada, exposta ao embate técnico com uma modernidade em crise, vive o ambiente propício para uma imensa variedade de respostas institucionais e individuais. Duas delas interessam particularmente a este trabalho de pesquisa. De um lado, a volta aos valores tradicionais, vistos não como uma base, mas como o último refúgio de negação do moderno – o fundamentalismo. Por outro lado, a resposta pode ser a mescla das possibilidades da modernidade com a mensagem religiosa, diluindo as fronteiras

em uma nova forma de ação social religiosa, moderna e com os recursos da modernidade (Gouveia, in Souza e Martino, 2004:132).

A comprovação dessa tese exige uma avaliação do espaço social destinado à religião na esfera pública. Dois procedimentos permitiriam mensurar isso: a) o tratamento dado às manifestações religiosas nos meios de comunicação de massa; b) um estudo da doutrina interna dos principais grupos religiosos, objetivados em seu meio mais dinâmico -os boletins e jornais religiosos. Qualquer um deles passa pela análise da mídia, interna ou externa às instituições religiosas. A necessidade da compreensão da mídia religiosa para a compreensão das estruturas do campo religioso está vinculada à importância das ações comunicativas para a estruturação do campo religioso.

Não é necessário demonstrar com dados exaustivos o crescimento das religiões neopentecostais em consonância com suas formas de marketing associadas às formas laicas de venda. No entanto, o mesmo processo ocorre, de maneira mais ou menos agressiva, em todas as outras denominações religiosas. Como demonstra José R. Jardimino, a propaganda e o marketing assumem um papel preponderante no campo religioso contemporâneo (Jardilino, 2002:105).

Veremos, em duas instâncias, o resultado da pesquisa sobre Pluralismo Religioso no Espaço Virtual realizada pelo Nures – Núcleo de Estudos Religião e Sociedade, vinculado ao Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC/SP. Em primeiro lugar, o espaço da religião Católica na televisão e a construção de uma identidade a partir de um laço institucional forte; em seguida, o mesmo aspecto referente ao Santo Daime, religião de origem xamânica sem um laço institucional comparável ao da Igreja Católica.

(A) A Rede Canção Nova e a retomada do catolicismo clássico

O objetivo de delinear a caracterização da produção televisiva católica pelos programas e sites da Rede Canção Nova, segmento do vasto complexo da Comunidade Canção Nova, fundado em 1978 pelo padre Jonas Abib, para conhecer melhor suas características de sua programação, necessidades e demandas.²

A emissora estimulou criação da Rede Vida em 1995; a TV século XXI 1999; e a TV Aparecida em 2005. As quatro emissoras de televisão, especialmente a Canção Nova e a TV Século XXI ligadas, fortemente, a Renovação Carismática Católica

A TV Canção Nova fundada em 1989 conta, atualmente, com seis geradoras instaladas em São Paulo Capital e em Cachoeira Paulista, Sergipe, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina com abrangência alcance nacional e internacional. Com operadoras de TVS a cabo em número de 161 e 513 retransmissoras que, pelo acordo com a operadora de satélite New Skie que disponibiliza o sinal internacional, a Canção Nova atingem todo o continente

² Leitura detalhada das questões referidas ao a Renovação Carismática Católica veja-se relatório de IC de Rita Babosa bolsista CNPq-disponível site PUCSP

americano a Europa Oriental, Paraguai e Uruguai, atingindo perto de 17 milhões de lares.³

Os programas católicos monitorados, na primeira fase, do Projeto Pluralismo religioso e mídias eletrônicas foram: “Juntos Somos Mais”- realiza balanço financeiro prestando contas das arrecadações do dia e até do mês - é apresentado por Cleto Coelho e Maria Renata; “Evangelizando com Davi”,-realiza perfil comercial, muito semelhante aos “Shop Tour”, entrevista padres e pregadores da emissora que estão lançando CDs e livros dentre outros produtos, com o objetivo de estimular e realiza vendas; “PHN” voltado para jovens e, visa a formação de comportamentos de ‘luta contra o pecado,’ seguindo estilo ajuda mútua - simula espaço de garagem semelhante aquelas da década de 50, que reuniam jovens e suas bandas de Rock, apresentado por Dunga- um dos astro da emissora - e, finalmente, “ Academia do Som”-“Talk Show” realiza bate- papo com músicos católicos com o intuito de evangelizar, por meio, da música e do testemunho dos que compõem e cantam suas experiências de vida, oração, além de narrarem a história da formação de seus grupos e dos carismas que receberam de Deus- é apresentado por Ricardo Sá. Vale lembrar que cada um dos apresentadores é portador de história particular de adesão a RCC,- marcadas, todas elas, por dor sofrimento, vícios que, ao final recebem a recompensa divina da paz em cristo.

Tudo mantido, segundo sua liderança, com a contribuição voluntária de seus 550 mil sócios-colaboradores do chamado Clube do Ouvinte que mantém toda a produção da programação da Rede Canção Nova. Já a Rede Canção Nova de Rádio conta com 18 emissoras com programação de 24 horas, também mantida pelo Clube do Ouvinte. Outro projeto que visa arrecadar fundos ao complexo é o “Porta a Porta” organizado pelo Davi, ou seja, Departamento de Audiovisuais da Canção Nova, onde cada ouvinte pode ligar para a Canção Nova e tornar-se um vendedor de seus produtos, por meio de catálogos. Nesta modalidade de contribuição, o vendedor recebe 27% sobre suas vendas.

Além disso, procurou-se traçar o perfil do receptor dos programas da Rede Canção Nova, detectados por meio de histórias de vida que permitiram mapear as razões alegadas para a adesão a tal prática de exercício de “telefé”, ou seja, o reavivamento da fé pela constante experiência religiosa presencial alternada com a virtual. Ademais, visou caracterizar a trajetória do movimento religioso, suas mudanças significativas e aspectos permanentes, tanto na produção de tele programação religiosa quanto na vida dos fiéis, ocasionada pela adesão da Renovação Carismática Católica à mídia, por meio da Fundação João Paulo II, mantenedora da TV Canção Nova e responsável pela venda livros, CDS, vídeos, roupas, bonés, além de promover shows, retiros, encontros, acampamentos de oração, com vistas a contribuir na missão evangelizadora da comunidade.

Outro ponto importante do estudo foi permitir que os fiéis receptores doa programação se manifestassem, destacando pontos fortes e fracos desse novo movimento eclesial que é a RCC.

A luta pelo domínio do campo religioso é uma realidade, e o combate é grande e está

³ Tais dados encontram-se mais detalhados em: www.cancaonova.com e Folha de São Paulo de 29/04/07, p.A10.

presente especialmente no campo simbólico, fortemente representado pela mídia. Portanto, a análise da mídia católica permitiu enxergar os padrões propostos às pessoas: a ação racional dirigida a um fim, ou seja, o hábito de vida e o condicionamento de coletividades. Dessa forma, a mídia fortifica, cria e revive o habitus religioso, levando a formação para dentro dos lares.

Como nos lembra Bourdieu, a televisão detém o monopólio de fato sobre a formação dos cérebros de uma parte importante da população e o estudo e contínuo acompanhamento deste meio colabora para que esse importante instrumento não se torne um meio de opressão simbólica. E ainda como coloca Khel (apud Souza: 1995), o discurso televisivo vem assumindo um papel importante demais na mediação da relação das pessoas com o real, substituindo de forma crescente outras dimensões da experiência.

Nas palavras de Fonseca (2003), não se trata de considerar a mídia boa ou má, uma vez que esta é um fato social, o qual não precisa de defensores ou promotores. Trata-se sim de estabelecer uma descrição e uma análise crítica do que há de mais recente nessa produção.

Pode-se perceber que cada vez mais as religiões procuram estar afinadas com a sociedade atual, caracterizada por forte concorrência, voltada para a realização pessoal diante de uma realidade em que a felicidade não é acessível a todos. No caso do catolicismo, essa religião do Eu, como coloca Prandi (apud Fonseca: 2003), encontra espaço na Renovação Carismática Católica, que acaba por preocupar-se, primeiramente, quase que exclusivamente com as questões de foro íntimo e, posteriormente, já ocupa lugar diferenciado ao ampliar seus caminhos de atuação na TV e no rádio. Tal modificação ocorreu num período de dezesseis anos, pois Montero, ao analisar o projeto Lúmen 2000, dizia ser o campo televisivo praticamente inexplorado pelo catolicismo. Diz ela: “A televisão, ao contrário do rádio, permanece ainda num campo praticamente inexplorado. Num país em que ela acabou tornando-se, nestes últimos vinte anos, o meio de comunicação mais poderoso, a presença católica no campo televisivo é ainda tímida e controvertida” (DELLA CAVA e MONTERO: 1991, p. 220).

Assim, percebe-se a Canção Nova como uma proposta que não pensa só em proselitismo, mas que se entende como mais um grupo social que deseja, como tantos outros, participar na produção, reprodução e distribuição dos bens simbólicos na moderna sociedade brasileira, de forma que eles querem estar na possibilidade de zapear da batalha simbólica dos fiéis, utilizando-se de um meio moderno para vender padrões tradicionais.⁴

Dessa forma, pretende-se que as análises aqui apresentadas sigam para além da religiosidade católica, representando para o debate acadêmico, a religiosidade de uma sociedade centrada no poder da mídia.

Observou-se também uma dupla entrada na utilização dos meios de comunicação pelas religiões: ao mesmo tempo que o tele-evangelismo representaria a secularização da pregação católica, transformando Cristo em outro produto da era do consumo, tem-se a mídia como um caminho para o reencantamento do mundo, tornando mágico o cotidiano das

⁴ Exame detalhado das características do complexo Canção Nova encontram-se no relatório de IC da bolsista- CNPq Rita de Cássia Barbosa premiado pelo comitê avaliador da ICs e disponível no site da biblioteca da PUCSP.

peçoas. Como coloca Thompson, “se quisermos entender a natureza da modernidade – isto é, as características institucionais das sociedades modernas e as condições de vida criadas por elas – deveremos dar um lugar central ao desenvolvimento dos meios de comunicação e seu impacto” (THOMPSON: 1998, p. 12).

É ainda importante lembrar que, apesar de ter-se utilizado o debate sobre Identidade, não visou-se, em nenhum momento, tratar de uma identidade universal. Como coloca Lévi-Strauss, a noção de identidade é importante como ponto de partida, sempre lembrando-se que sua existência é mais teórica do que real.

(B) O Daime: do Alto Amazonas para a Internet

Foram analisadas as representações do Santo Daime no ciberespaço no período de 2006-2007. O estudo possui dois eixos significativos para que se possa conhecer mais a respeito da presença do Daime na internet.⁵

O Santo Daime é uma prática religiosa que tem como centralidade da prática explícita a ingestão da “Ayahuasca” vem da língua dos índios quíchuas do Peru e quer dizer liana dos espíritos, cipó da alma ou também cipó dos mortos (Luna, 1986), conhecida há bastante tempo pelas populações da Bacia do Alto Amazonas. Segundo Antônio Bianchi “É impossível definir, de um modo mesmo que aproximado, quando e como nasceu o uso da ayahuasca (...)”⁶ A ayahuasca consiste na infusão de duas plantas que podem ser encontradas na região amazônica: a chacrona, uma folha e o jagube, um cipó. A combinação dessas duas plantas tem como resultado substâncias naturais psicoativas que contêm nitrogênio, chamadas de alcalóides. São elas as beta-carbolinas, harmalina, monometiltriptamina, tetrahydro B carbolina e a N,N- dimetilriptamina, a DMT.

É a DMT que, ao atingir a corrente sanguínea promove alucinações. Porém, se ingerida por via oral, seu efeito alucinógeno é desativado por enzimas gastrointestinais. A combinação com as beta-carbolinas inibe o efeito dessa enzima. Segundo especialistas, ela instala a hiperativação das funções psíquicas perceptivas, cognitivas e mnemônicas. Isso quer dizer que a psique do indivíduo vai operar numa taxa muito maior do que habitualmente se verifica, desenvolvendo as funções de percepção, conscientização e memória. O DMT e a harmalina são alcalóides produzidos pelo próprio corpo, que são as chamadas substâncias endógenas, ao contrário de princípios ativos como os do LSD, que por sua vez, contêm substâncias exógenas (Severyano, 1997).

A ayahuasca faz parte do sistema xamânico desenvolvido na região do Alto Amazonas a longa data. A prática denominada por “xamanismo da ayahuasca”, além de características culturais da região amazônica, incorporou características difundidas por missionários de ordem religiosa como atenta Luna (1986). Algumas plantas que eram consideradas “possuidoras de

⁵ Leitura detalhada das questões referidas ao xamanismo veja-se relatório de IC de Luana Terra- bolsista CNPq, disponível site PUCSP

⁶ BIANCHI, Antônio. ayahuasca e xamanismo indígena na Selva Peruana. In: LABATE, Beatriz C. e GOULART, Sandra A. O uso ritual das plantas de poder. São Paulo: FAPESP e Campinas: Mercado de Letras, 2005. P. 319

espíritos sábios” e que eram capazes de ensinar àqueles que as utilizavam, eram manejadas pelos xamãs. A iniciação do xamã, nesse caso, está implícita na coragem e na determinação de quem decidisse seguir o chamado das plantas mestras.

No xamanismo do Alto Amazonas o uso da ayahuasca é bastante difundido e de forma intimamente ligada à natureza. No sistema xamânico ela tem a função de transformação; o xamã freqüentemente transforma-se simbolicamente em animal. Veste sua pele, se pinta de forma semelhante a ele e reproduz os seus sons em estado de transe. Animais e plantas também se apresentam para o xamã transformados em seres humanos. Assim, nesse sistema, a natureza é povoada por entidades inteligentes com as quais o xamã estabelece comunicação. Essas entidades são antropomórficas, podem ser montanhas, árvores, lagos bem como fenômenos naturais, a chuva, o vento, que se apresentam de forma sensível.

Dessa forma, o contato com o mundo pelo qual transitam os espíritos tem como condição a entrada no mundo natural. Mas, para que isso aconteça, é necessária uma preparação que proporcione o fortalecimento e a purificação. Essa preparação consiste na dieta. A idéia de dieta nesse sistema xamânico é um conceito mais amplo que não se restringe à dimensão alimentar, ela é também uma privação material, psicológica e social para direcionar o conhecimento espiritual, como observou Bianchi.

Podemos identificar diversos elementos do xamanismo do Alto Amazonas na religião do Santo Daime. Tais como o canto, que ainda hoje é usado como veículo para se transportar ao mundo espiritual ou “astral” (termo utilizado pelos daimistas). Ainda que a vida das comunidades do Santo Daime do Amazonas ou das comunidades contemporâneas do Daime não estejam centralizadas em um sistema xamânico, mas sim em um sistema mágico-religioso, como atenta Eliade (1998), estas apresentam fortes características do xamanismo.

Diversos autores se questionaram em relação ao Santo Daime fazer ou não parte de um sistema xamânico. Dentre eles, nossa análise em relação a essa questão segue de acordo com McRae (1992) e La Rocque Couto (1989) que desenvolveram o argumento de que o Santo Daime proporcionaria um xamanismo coletivo admitindo tanto o transe individual como o transe coletivo. Para La Rocque Couto todos poderiam realizar o “vôo xamânico”. Ele identifica o processo de iniciação de Mestre Irineu com a iniciação xamânica e também a luta do xamã contra o mal com a doença e seu objetivo de cura presente nos hinos do Santo Daime.

É sabido que o xamanismo que se difundiu na região do Alto Amazonas tem grande influência das plantas de poder, não apenas da ayahuasca. Essas práticas foram difundidas por grupos indígenas e passadas para as populações mestiças, o que nos faz pensar que o uso da ayahuasca se origina na floresta e posteriormente é incorporado no xamanismo mestizo (Luna 1986) que se propagou na região urbana da Amazônia andina. Porém, as práticas de cura do xamanismo do Alto Amazonas não se resumem à ayahuasca. A beberagem antes possuía o caráter de transportar o xamã para o mundo espiritual e, com o passar do tempo, recebeu o caráter terapêutico.

O xamanismo mestizo distingue-se pelo fato de estar inserido nas cidades (Luna, 1986). Essa nova disposição provavelmente favoreceu o surgimento de doenças, processo que

trouxe tanto às comunidades locais quanto às populações indígenas a preocupação no âmbito da saúde, de forma que o xamã, tendo importante papel nessas sociedades, foi associado às exigências de cura e suas práticas foram centralizadas em práticas terapêuticas. É interessante atentar que, para Weber (1991), a cura das almas está diretamente ligada às religiões proféticas reveladas na medida em que é produto delas, como veremos adiante.

A difusão do uso da ayahuasca como uma prática de cura é, até os dias de hoje, bastante comum na região do Alto Amazonas. Esse fato propiciou o surgimento de um uso estritamente religioso da substância que tem como maiores expoentes a União do Vegetal (UDV), a Barquinha e o Santo Daime. Dessa forma, é fundamental tentarmos compreender o sistema xamânico do Alto Amazonas para compreendermos o surgimento do Santo Daime, que representa apenas uma vertente do uso da ayahuasca, porém importante na medida em que se expandiu para os centros urbanos como uma religião da ayahuasca.⁷

A criação destas redes, na análise do Santo Daime, corresponde à expansão da religião para os grandes centros urbanos como já indicado por Labate (2004). A característica principal desta nova rede de consumo da ayahuasca é a formação de redes num espaço de intensa circulação de informações, pessoas, idéias do qual a religião não fica isenta, pelo contrário; ganha uma nova significação através da visão holística evidenciada por meio de um discurso muito mais místico e rico em sua simbologia do que qualquer visão filosófica ou teológica.

Essa nova forma de religiosidade, denominada como Nova Era (Amaral, 2000), é caracterizada pela exploração de novos sistemas espirituais, principalmente aqueles que emergiam na década de 1960, tanto por grupos religiosos tradicionais quanto por grupos que vinham se apresentando como novos movimentos religiosos; a busca por uma visão transformadora do mundo e de si mesmo para além dos limites de uma cultura particular, de um sistema religioso ou político. Ou seja, a liberdade da diferença, ou a liberdade de escolha religiosa.

Fazendo um paralelo com o período de expansão da doutrina do Santo Daime, retomamos a década de 70. Referente a este período, Amaral observa que “Tornava-se visível [...] um movimento social e religioso cujos simpatizantes pareciam demonstrar um grande apetite espiritual, ao mesmo tempo em que se contrapunham ao domínio eclesiástico e denunciavam a morte da Igreja [...]” (Amaral, 2000, p. 21).

É interessante observar que aqueles jovens que saíam dos centros urbanos à procura de novas experiências religiosas, já traziam consigo características de uma nova religiosidade, tais como a exploração de um novo sistema espiritual e uma visão transformadora de si e do mundo. Estas características não foram divergentes com o Santo Daime. Ao chegarem na Colônia dos Cinco Mil esses jovens se deparavam com um sistema espiritual, mágico-religioso que permitia a compreensão do universo através do uso de uma substância psicoativa, além de um sistema de comunidades de vida e de uma maneira peculiar de se falar da natureza.

⁷ Leitura detalhada das questões referidas ao xamanismo veja-se relatório de IC de Luana Terra Rangel – disponível site PUCSP

A busca destes jovens, no entanto, era convergente com o campo religioso do Santo Daime. O que torna essa afirmação consistente é o fato de que os comandantes das primeiras Igrejas fora do Estado do Acre pertenciam a essa leva que chegara à Colônia dos Cinco Mil em busca de novas experiências através da ayahuasca, como Alex Pollari, Fernando La Rocque dentre outros que constituem o cenário nacional atual do Santo Daime. Ambos fazem parte de um universo intelectual que aderiu à religião, que hoje escreve sobre ela e encabeça projetos a seu favor.

A introdução do Santo Daime no cenário urbano foi resultado de um processo de mudanças com o intuito de expansão, afinal, Padrinho Sebatião já via em suas mirações que a doutrina devia expandir-se, que todos deviam conhecê-la. Assim, fica claro que a abertura do campo religioso não ocorreu livre de uma intenção. O objetivo era a expansão da doutrina o que, como observado anteriormente, não ocorreu com o grupo do Alto Santo, que continuou restrito ao Acre.

Não obstante, percebo que a expansão do Santo Daime inaugurou dois fenômenos paralelos dentro da doutrina: uma nova forma de religiosidade e, posteriormente, a sua inserção nos meios de comunicação, como observado através da internet. A meu ver, os dois movimentos têm a sua intersecção no processo de modernização dentro das metrópoles. Da mesma forma que não podemos mais compreender religião sem antes compreender os meios de comunicação, não podemos compreender a metrópole sem compreender as novas tecnologias.

Não é possível pensar no processo de expansão do Santo Daime para os grandes centros urbanos sem se pensar em uma modificação do processo de sociabilidade decorrente de mudanças na relação espaço-temporal ocasionadas também por mediação do ciberespaço. De acordo com Barbero (1997) as novas formas de “estar junto” se originam nos processos acelerados de modernização das cidades e das redes de comunicação que, através de suas fragmentações, conexões e fluxos fazem emergir a “cidade virtual”.

Reiteramos que o virtual não substitui o real, mas é capaz de criar diferentes laços e relações, na medida em que as comunidades de vida do Santo Daime narradas anteriormente (Vila Ivonete, Igarapé Rio do Ouro, Colônia dos Cinco Mil), aquelas que datam o princípio da história do Santo Daime e que se localizavam isoladas, no meio da floresta amazônica, já não podem ser vividas nas metrópoles.

Com efeito, as redes tecidas através da internet, seja por meio de sites ou do orkut, representam as comunidades e são capazes de propiciar este convívio virtualmente. Isto não significa que estas comunidades virtuais sejam irreais ou artificiais. Em contraponto a esta imagem, elas propiciam discussões de importância para seus adeptos através de uma linguagem muito particular que pode ser identificada por eles. Assim se destacam como uma forma de compreender cada vez mais a doutrina que antigamente era transmitida de forma oral. Atualmente a oralidade passou a ser documentada e transmitida pela internet integrando

os sites como base da doutrina.⁸

Para aqueles que não pertencem à comunidade daimista, o ciberespaço é um mar de informações desconectadas que abrange toda a rede neo-ayahuasqueira freqüentemente identificada pelo termo geral Santo Daime.

No entanto, esta busca por legitimidade torna-se contraditória na medida em que a diversificação das práticas, das crenças e de simbologias nas diferentes igrejas daimistas, como pude perceber através do exame das páginas virtuais, torna-se muito difícil fechar uma concepção para identificar solidamente quais grupos cabem na classificação Santo Daime e quais não cabem. Isso foi constatado no processo da pesquisa no momento em que foi necessário delimitar o campo religioso daimista. Porém, de fato, ele é tão diverso que parece ter dado origem às práticas neo-ayahuasqueiras nos centros urbanos através das muitas reinterpretações do uso da ayahuasca vinculadas a uma religiosidade difusa e errante.

Ao final do processo de pesquisa, nota-se que a expansão do Santo Daime contribuiu para o surgimento de novas práticas, religiosas ou não, do uso da ayahuasca adaptadas a um conjunto urbano; um espaço de circulação, caracterizado por meios de comunicação, fluxos, redes e, sobretudo uma nova forma de estar junto.⁹

As redes de comunicação virtual em interface com o Santo Daime apontam para estes dois caminhos: se por um lado a internet se configurou como um meio importante de divulgar a doutrina, de estabelecer a comunicação e as novas formas de se relacionar com a religião, por outro lado ela é o “lugar” onde transitam as identidades e se cruzam os diversos aspectos de uma nova visão religiosa.

Assim, o ciberespaço se configurou como o espaço de fragmentação da identidade religiosa, ao qual pode-se juntar as peças estabelecendo uma nova interpretação para as diferentes simbologias ressignificadas em determinados contextos.

Através da internet o Daime incorpora, além da errância religiosa pelo trânsito dos links, das redes e informações que circulam no ciberespaço, um mercado de bens simbólicos. É interessante notar que a internet também é caracterizada pela errância na possibilidade de acessar diversos conteúdos religiosos numa busca que vai além de fronteiras espaciais ou temporais em que não é necessário estabelecer vínculos concisos.

Considerações finais

A mídia religiosa é um instrumento por excelência de comunicação entre os adeptos e os representantes da instituição, onde temas podem ser abordados com mais abrangência, opiniões e idéias são expostas com clareza e as informações podem ser direcionadas no

⁸ Detalhamento de tal propositura encontra-se no relatório final de IC de Luana Terra Rangel- bolsista CNPq, no projeto Pluralismo Religiosa e Mídias Eletrônicas

⁹ Maiores detalhes do crescimento do Santo Daime veja-se relatório final de IC de Luana Terra Rangel premiado pelo comitê avaliador de iniciações científicas da PUCSP - se encontra disponível no site da biblioteca da PUCSP.

sentido de transmitir ao fiel exatamente o que se quer (Carvalho in Moreira: 1996).

A religião, desterritorializada e fragmentada, vive um momento fértil para o surgimento de uma imensa gama de respostas individuais e institucionais. Dentre estas respostas, coube neste estudo delinear, por um lado, o retorno aos valores tradicionais e, por outro, as possibilidades da mensagem religiosa ultrapassar fronteiras através de novos recursos comunicacionais gerando uma nova forma de ação religiosa no mundo.

Em sua forma televisiva, antes restrita aos horários iniciais e finais da programação, encontra-se espalhada durante todo o dia, não ocupando mais horários específicos. Os patrocinadores, quando existem, são poucos, geralmente ligados a atividades independentes da religião. Estas considerações não se aplicam aos programas religiosos da Rede Record, uma vez que a emissora é propriedade da própria igreja Universal (Rocha, em Rubim et alli, 1996:119).

Relativamente ao conteúdo da mensagem, a mídia televisiva prima pela superficialidade no tratamento dos assuntos, em virtude das limitações temporais que lhe são próprias e seu alcance. A televisão é muito mais rápida na transmissão de informações que um jornal, além de contar com um público maior.

Logo, a mensagem televisiva tende a ser mais explícita, mais facilmente compreendida, tomando por base fatos, acontecimentos e ações comuns, sem entrar particularmente no mérito de nenhuma questão.

A diferença, neste particular, é criada pelo público receptor. O público de um jornal religioso é tendencialmente restrito aos frequentadores da instituição. A mídia religiosa não busca apenas em primeira instância, a aquisição de novos adeptos, papel reservado aos responsáveis pelo apostolado, mas reforça o sentimento já existente no fiel. A seleção da exposição de mensagens dos meios é muito fácil na mídia impressa. A disposição de ler um jornal exige um investimento e motivação inicial por parte do leitor dispensáveis para os receptores do meio televisivo, onde a troca de canais e a falta de expectativa no início da exposição são mais frequentes (Severin e Tankard, 1993:279).

A mídia religiosa televisiva e da radiofônica usa códigos acessíveis a toda a população, mas ao mesmo tempo valendo-se de repertório temático, léxico e explicativo particular ao fiel de determinado grupo religioso, o que facilita a transmissão da mensagem e uma melhor compreensão de seu conteúdo.

Ao analisar as relações entre globalização e religião, Luiz Eduardo Wanderley (2005) mostra que, para além da polissemia do termo “globalização”, suas variantes e termos afins, encontra-se um conjunto de conceitos vinculados à diluição das formas tradicionais de convivência, sobretudo no que diz respeito aos Estados Nacionais, de um lado, e aos modelos de convivência em sociedade, de outro. Nesse universo, a religião apresenta-se ao mesmo tempo como um refúgio de certezas, mas mergulhada nos mesmos fluxos – econômicos, políticos, informativos – de seus congêneres laicos.

O conhecimento do cotidiano, para milhões de pessoas, é definido por religiões que fazem um enorme esforço para se adaptar ao mesmo dia a dia - uma sociologia da religião

aproxima-se, em muitos pontos, de uma sociologia do conhecimento. O princípio básico é o mesmo: especificar o que pode ou não ser conhecido a partir de um conjunto específico de variáveis – neste caso, a religião e a modernidade. O que significa para a religião conseguir espaço em um mundo moderno e quais as reações do cotidiano pós-moderno, muitas vezes carente de sentido. O que representa, para as instituições religiosas, sentir a concorrência de inúmeras igrejas rivais, ver seus fiéis debandando-se por qualquer motivo, e ainda enfrentar a disputa de atenção com as novelas de televisão. Esfera relativamente autônoma de poder, a religião conserva suas estruturas produtoras de sentido em um mundo de sentido cada vez mais flutuante. A finalidade do homem e do mundo, sobretudo nas sociedades do alto capitalismo, são auto-referenciais. O homem existe, nesse sentido, como demanda do capital, e o sentido último, metafísico, das ações é muitas vezes relegado a segundo plano, fazendo parte de uma amálgama de doutrinas de marketing, promoção e mídia.

Bibliografia

- ALBUQUERQUE, L. B. *Seicho-no-Ie do Brasil*, São Paulo, AnnaBlume, 1999.
- ALMEIDA, Ronaldo de. "Religião na metrópole paulista". In: Revista Brasileira de AMARAL, Leila. *Carnaval da alma: Comunidade, essência e sincretismo na Nova Era*. Rio de Janeiro, Vozes, 2002.
- ANTONIAZZI, A. et alli, *Nem anjos nem demônios*, Petrópolis, Vozes, 1996.
- AQUINO, Maria Pilar. *A teologia, a Igreja e a mulher na América Latina*. São Paulo, Paulinas, 1997.
- ARAÚJO, Wladimir Sena. *Navegando sobre as ondas do Daime, história, cosmologia e ritual da Barquinha*. Campinas, UNICAMP, 1999.
- BARBERO, Jesus Martin. "A cidade virtual – transformações da sensibilidade e novos cenários da comunicação". In: Revista Margem. São Paulo: Educ, Fapesp,
- BARBOSA, Andréa e CUNHA, Edgar Teodoro. *Antropologia e imagem*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade. Entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005.
- BECKFORD, J. The Mass Media and the New Religious Movements, in: WILSON, B. e CRESSWELL, J. *New Religious Movements*, 103 – 120.
- BERGER, P. E LUCKMANN, T. *A Construção Social da Realidade*, Petrópolis, Vozes, 1998.
- BERGER, Peter L. *O Dossel Sagrado: elementos para uma sociologia da religião*. São
- BINGEMER, Maria Clara L. & GEBARA, Ivone. *Maria, mãe de Deus e mãe dos pobres. Um ensaio em ensaio a partir da mulher e da América Latina*. Petrópolis, RJ, Vozes, 1987.
- BOFF, Leonardo & MURARO, Rose Marie. *Feminino e Masculino. Uma nova consciência para o encontro das diferenças*. Rio de Janeiro, Sextante, 2002.
- BOFF, Leonardo. *O rosto materno de Deus. Ensaio interdisciplinar sobre feminismo e suas formas religiosas*. Petrópolis, Vozes, 1979.

- BOURDIEU, P. *Le Sens Pratique*, Paris, Editions de Minuit, 1980.
- BOURDIEU, P. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- BOYER, Marie-France. *Culto e imagem da virgem*. São Paulo, Cosac & Naify, 2000. Brasil, 2001.
- CAMARGO, C. P. *Católicos, Protestantes, Espíritas*, Petrópolis, Vozes, 1973.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, Templo e Mercado: organização e marketing de CAMURÇA*, Marcelo Ayres. "Secularização e Reencantamento: a emergência dos novos movimentos religiosos". In: *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*. São Paulo, n. 56, 2003.
- CARVALHO, Religião, mídia e os predicamentos de uma existência pluralista, in: MOREIRA, A. (org.), *Sociedade Global, cultura e religião*, Petrópolis, Vozes, 1998, 79 – 112.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em rede*. São Paulo, Paz e Terra, 1999.
- COHN, Gabriel. *Sociologia da Comunicação – Teoria e Ideologia*. São Paulo, Pioneira, 1973.
- CONCONE, M. De símbolos e de sua eficácia, de pureza, identidade e legitimação, in: NEGRÃO, L. et alli, *A religiosidade do povo*,. pp. 55 - 72
- DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação social na igreja*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- DELLA CAVA, Ralph e MONTERO, Paula. ... E o Verbo se faz Imagem: Igreja Católica
- ELIADE, Mircea. *O Xamanismo e as técnicas arcaicas de êxtase*. São Paulo, Martins Fontes, 1998.
- FONSECA, A. Lideranças Evangélicas na Mídia: trajetórias na política e na sociedade civil, in: *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 9 (1): 59-84, 1998.
- FONSECA, Alexandre Brasil. *Evangélicos e mídia no Brasil*. Bragança Paulista, São Paulo, Universitária São Francisco: IFAN Curitiba: São Boaventura / Faculdade de Filosofia, 2003.
- GOUVÊIA, E. . Entre o templo e a televisão: Comunidades eletrônicas de consolo in *Revista Nures Publicação Eletrônica do Núcleo de Estudos Religião e Sociedade*. São Paulo, PUC-SP, 2005. <http://www.pucsp.br/revistanures/revista1/eliane.pdf>
- GOUVEIA, E. Apontamentos sobre os novos movimentos religiosos, in. SOUZA, B. M. e MARTINO, L. M. *Sociologia da Religião e Mudança Social*, São Paulo, Paulus, 2004.
- GOUVEIA, E. H. *Imagens femininas: a reengenharia do feminino pentecostal na televisão*, São Paulo, Mimeo. (Tese de Doutorado) Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, PUC / SP, 1998.
- GROISMAN, Alberto. *Eu venho da floresta: um estudo sobre o contexto simbólico do uso do Santo Daimé*. Florianópolis, UFSC, 1999.
- HABERMAS, J., *Teoria de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 2001.
- HAGUETTE, Teresa M. Frota. *Metodologias Qualitativas na Sociologia*.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A, 2005.
- HAMILTON, M., *The Sociology of Religion*, London, Routledge, 1995.
- JARDILINO, J. R. *Religião e Simulacro: alterações do campo religioso*. In. VVAA. *Religión y postmodernidad*, Quito, Abya-Yala, 2002.

- JARDILINO, J. R., *Religião e Pós-Modernidade*, São Paulo, PUC-SP, 1997 (Tese de Doutorado).
- JOHNSON, Estiven. *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2001.
- KUNCZIK, M. *Conceitos de Jornalismo*, São Paulo, Edusp, 1997.
- LABATE, Beatriz Caiuby & GOULART, Sandra (orgs.). *O uso ritual da ayahuasca*. Campinas, Mercado de Letras, São Paulo, FAPESP, 2002.
- LABATE, Beatriz Caiuby. *A reivindicação do uso da ayahuasca nos grandes centros urbanos*. Campinas, Mercado de Letras, São Paulo, FAPESP, 2004.
- LEMOS, André & CUNHA, Paulo (orgs.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre, Sulinas, 2003.
- LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre, Sulinas, 2002.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Antropologia Estrutural*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1975.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?*. São Paulo, Editora 34, 1996.
- LUNA, Luis Eduardo. *Vegetalismo. Shamanism among the mestizo population of the peruvian Amazonia*. Estocolmo: Almqvist & Wiksell, 1986.
- MACRAE, Edward. *Guiado pela lua. Xamanismo e uso ritual da ayahuasca no culto do Santo Daime*. São Paulo, Brasiliense, 1992.
- MARIANO, Ricardo. *Neo-Pentecostais. iSociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Ed. Loyola, 1999.
- MARTELLI, Stefano. *A religião na sociedade pós-moderna: entre secularização e dessecularização*. Tradução Euclides Martins Balancin. São Paulo, Paulinas, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 1997.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- McQUAIL, D. *Sociology of Mass Communication*, New York, Penguin, 1972
- MEGALE, Nilza Botelho. *Invocações da Virgem Maria no Brasil: história, iconografia, folclore*. Petrópolis, Vozes, 2001.
- MONTERO, Paula. "Magia, racionalidade e sujeitos políticos". In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, n. 26, ano 9, 1994.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: neurose*. Rio de Janeiro: Forense
- NADER, Valéria Holzmann. *A interação virtual em diálogos da internet: novas possibilidades para a análise do discurso*. São Paulo, dissertação de mestrado em lingüística, USP, 2001.
- NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.
- NOGUEIRA, Oracy. "A entrevista". In: *Pesquisa Social: introdução às suas técnicas*. São Paulo: Editora Nacional, 1975.
- ORO, Ari Pedro e STEIL, Alberto (orgs.). *Globalização e religião*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1997.
- PIERUCCI, A. F. de Oliveira, e PRANDI, R. *A Realidade Social das Religiões no Brasil*, São Paulo, Hucitec, 1996.

- PRANDI, Reginaldo. Um sopro do espírito. São Paulo: Edusp, 1998.
- RIBEIRO, Flávia Maimoni. *Para integrar o divino a adaptação das experiências vividas no ritual do Santo Daime*. São Paulo, PUC, 2002.
- SANTAELLA, Lucia. Cultura das mídias. São Paulo: Experimento, 1996.
- SEVERIN, W. e TANKARD, J. Communication Theories, Londres, Long, 1992.
- SOUSA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Ed. Brasiliense, USP, 1995.
- SOUZA, André Ricardo de. Igreja in Concert: padres cantores, mídia e marketing. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2005.
- SOUZA, B. MUNIZ de, A Experiência da Salvação – Pentecostais em São Paulo, São Paulo, Duas Cidades, 1969.
- SOUZA, Beatriz Muniz de; GOUVEIA, Eliane Hojaj e JARDILINO, José Rubens Lima (orgs). Sociologia da Religião no Brasil: revisitando metodologias classificações e técnicas de pesquisa. São Paulo: Sociedade Religiosa Edições Simpósio, 1998.
- SOUZA, Mauro Wilton de (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo:
- TEIXEIRA, Faustino e MENEZES, Renata (org.) *As religiões no Brasil*. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.
- THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.
- WANDERLEY, L. e W. “Desafio da globalização para as religiões”. In: Revista Nures – Publicação Eletrônica do Núcleo de Estudos Religião e Sociedade. São Paulo, PUC-SP, 2005. <http://www.pucsp.br/revistanures/revista1/wanderley.pdf>
- WEBER, Max. *Economia e Sociedade*, Vol I. Brasília, Ed. Universidade de Brasília, 1991.
- WHITE, D. “Gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias”, In: TRAQUINAS, N. *Jornalismo: questões, teorias e histórias*, Lisboa, Vega, s.d.
- WILSON, B. *Religion in Sociological Perspective*, Oxford, Oxford University Press, 1982.
- WOLF, M. *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Presença, 5a. edição, 1995.