

Os possíveis sentidos do pluralismo religioso: uma análise do programa *Sagrado da Rede Globo*

Robéria Nádia Araújo Nascimento¹ e Emilson Ferreira Garcia Junior²

1 Professora titular do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Doutora (2007) em Educação e mestre em Ciência da Informação (2001) pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). rnadia@terra.com.br.

2 Mestrando em Ciências da Informação na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), com extensão universitária pela Pontifícia Universidade Católica de Lima, Peru. emilson.uepb@gmail.com.

Resumo

Este artigo deriva da pesquisa intitulada *Em nome de uma fé plural: a diversidade religiosa do programa Sagrado da Rede Globo*, que analisou a repercussão do pluralismo religioso no contexto local. Através de entrevistas com especialistas das denominações religiosas exibidas no programa e com estudantes do curso de comunicação da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), o estudo de recepção apontou o que Martín-Barbero (2009) denomina “mercado amplo de ofertas comunicacionais” decorrentes da midiatização religiosa. Os resultados do estudo indicam que o programa *Sagrado* cumpre importante papel na propagação das principais vertentes religiosas, mas o tempo de sua exibição é insuficiente para influenciar a formação identitária do público que o assiste e para uma discussão aprofundada em torno do pluralismo.

Palavras-chave

Midiatização religiosa, pesquisa de recepção, pluralismo religioso, programa sagrado.

Abstract

This article derives from the research project entitled *In the name of a plural faith: the religious diversity in Globo Network's television show Sagrado*. We have analyzed on it the impact of religious pluralism within the local context. Through deep interviews, the reception research pointed out what Martín Barbero (2009) calls the “wide market of communicational offers”. The results of the study indicate that the television show *Sagrado (Sacred)* plays an important role in spreading major religious strands, but it's length is insufficient to influence the public's identity formation and for an in-depth debate.

Keywords

Religious field, receiving research, religious pluralism, sacred program.

Um debate ecumênico na televisão

Este artigo deriva da pesquisa intitulada *Em nome de uma fé plural: a diversidade religiosa do Programa Sagrado da Rede Globo*, orientada pela Profa. Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento. O estudo mostrou que o vínculo entre mídia e religião reflete o intenso processo de influência dos dispositivos de comunicação no ambiente social. Na nova ambiência, intensamente permeada pelas tecnologias informacionais, os produtos midiáticos se convertem em meios de interação. Eles redefinem as práticas sociais e tornam-se canais de propagação de intencionalidades e discursividades, sobretudo quando se utilizam da televisão para a disseminação de suas ideias. A esse processo, denomina-se midiatização contemporânea. No âmbito da religiosidade, percebemos o papel que a mídia televisiva desempenha na divulgação das diferentes crenças, uma vez que diversas vertentes doutrinárias adotam a televisão como uma espécie de altar eletrônico, devido à intensa penetração do veículo no meio social.

À luz dessa perspectiva, a problemática investigada nesta pesquisa considerou a diversidade religiosa apresentada no programa *Sagrado*, da Rede Globo. Uma diversidade que, conforme Negrão (2009), "é sinal dos tempos pós-modernos em que se acentua o caráter subjetivo da experiência religiosa e agrava-se a crise das instituições tradicionais produtoras de sentido" (NEGRÃO, 2009, p. 35). A pesquisa analisou essa proposta, buscando se aproximar da recepção desses conteúdos na cidade de Campina Grande, a partir de entrevistas em profundidade realizadas com representantes das denominações religiosas expostas no programa e com estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

O estudo ocorreu em duas etapas: na primeira, a gravação, observação e análise do conteúdo exibido. Na segunda, a compreensão dos temas apresentados mediante o resultado das entrevistas. Além do catolicismo, que faz do Brasil o país com o maior número de adeptos do mundo, e das igrejas protestantes, que tiveram grande avanço nos últimos anos, o programa abre espaço para as religiões afro-brasileiras, o espiritismo e para crenças trazidas por imigrantes, como o islamismo, o budismo e o judaísmo.

“Um novo altar televisivo”: o pluralismo religioso do sagrado

Hoje, observamos o enfraquecimento das tradições religiosas ao mesmo tempo em que percebemos as individualidades das escolhas, que antes eram atreladas à presença dos fiéis em seus locais sagrados. Nesse sentido, a modernidade rivaliza com a concepção de religiosidade em sua significação original, fazendo com que a sociedade se sinta livre para, ao definir uma programação televisiva, também consiga estabelecer uma aproximação com vários tipos de fé. Verifica-se, desse modo, a interferência da mídia, especialmente a televisiva, com seus eficientes mecanismos de atração da audiência.

Conduzindo mensagens de cunho doutrinário, as mídias não se tornam apenas dispositivos de transmissão de conteúdos, mas poderosos ambientes, capazes de criar sistemas reguladores de registros simbólicos que podem modificar a percepção da realidade. Daí porque diversas manifestações religiosas escolhem os veículos de comunicação, especialmente a televisão, para difundir cultos, trabalhos e projetos. Por essa ótica, o desafio de buscar compreender os impactos da diversidade religiosa na esfera da recepção tornou-se coerente, uma vez que possibilitou visualizar até que ponto as estratégias mediadoras da comunicação são eficazes na propagação de práticas e vivências religiosas.

Numa época em que o ecumenismo religioso é entendido como fator de superação das intolerâncias sociais, a mídia televisiva torna-se alternativa de fácil alcance para uma aproximação com o “sagrado”, que anteriormente apenas ocorria no interior dos templos. Martín-Barbero (2009) elucida que as influências dos meios, sobretudo da televisão, não podem ser analisadas somente pelos produtos que divulgam, mas pela dinâmica cultural complexa que envolve seus conteúdos. Na verdade, a cultura é que cria com o campo da comunicação uma teia de relações. Segundo essa visão, a dinâmica da televisão atua pelos gêneros e produz uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, interferindo nos “modos de ler” da sociedade. Nesse contexto, as relações entre midiatização religiosa e realidade social são sempre *culturais*, uma vez que a permeabilidade

da ambiência televisiva se torna intensa no cotidiano, transformando o modo como as mensagens alcançam a esfera pública.

O programa *Sagrado*, da Rede Globo³, escolhido para a observação desse contexto, tem duração de dois minutos, integrando uma série que vai ao ar diariamente às 6h05, constituindo-se numa tentativa inédita de uma emissora de televisão discutir o ecumenismo no país. Sua estreia ocorreu em 05 de outubro de 2009, numa parceria da *Globo* com o *Canal Futura*. Aos domingos, é exibido às 6h50, numa edição especial de 10 minutos, oportunizando o acesso aos telespectadores que perderam algum episódio durante a semana.

Diferentes religiões, cada uma contextualizada por um de seus representantes, participam da série. Importantes representantes e líderes religiosos participam dos debates e, eventualmente, novos nomes são convidados para o projeto. Entre eles, citamos o Cônego Antônio Mazatto (catolicismo), professor da Faculdade de Teologia Nossa Senhora da Assunção, de São Paulo; o Pastor Israel Belo (protestantismo), da Igreja Batista de Itacuruçá; o Xequie Armando Hussein Saleh (islamismo), membro do Conselho Superior da Mesquita Brasil, em São Paulo; o Rabino Nilton Bonder (judaísmo), da Congregação Judaica do Brasil; Antonio Cesar Perri de Carvalho (espiritismo), diretor da Federação Espírita Brasileira; Valdina Pinto (religiões afrobrasileiras), do Terreiro TanuriJunsara, em Salvador; e Lama PadmaSantem (budismo), do Instituto Caminho do Meio, Centro de Estudos Budistas Bodisatva, de Viamão, Rio Grande do Sul.

Assim, o *Sagrado* constrói um cenário que acolhe problemáticas cotidianas, no qual os diferentes posicionamentos das vertentes buscam destacar o diálogo inter-religioso, através das vozes de cada tradição. Para reafirmar a relevância desse debate, a Globo, ao longo da sua programação, realiza inserções diárias dos trechos que foram ao ar, de modo a despertar a atenção para os conteúdos expostos. Assim, enquanto assistem à sua novela preferida, por exemplo, os telespectadores têm acesso aos *flashes* sobre a temática religiosa.

3 As informações relacionadas ao programa proposto para análise apresentadas aqui foram extraídas do portal www.globo.com/sagrado.

O fio condutor da trajetória da pesquisa buscou perceber como são e se fazem as diversas religiões ali apresentadas, de modo que os sujeitos pesquisados (os representantes das crenças e os estudantes) pudessem expor suas identidades religiosas, comentar suas visões sobre o programa e se posicionar a respeito do ecumenismo. Assim, o *objetivo geral* foi analisar a diversidade religiosa apresentada pelo programa *Sagrado*, mediante um estudo de recepção, a fim de compreender as (re)interpretações de sentido e as construções identitárias suscitadas ao público receptor na esfera da religiosidade. Como *objetivos específicos*, definimos: conhecer e gravar as especificidades das edições diárias, analisar as relações entre mídia e religiosidade a fim de conhecer as estratégias do processo de midiaticização, identificar as especificidades que compõem o discurso do ecumenismo religioso, perceber as estratégias de mediação dos líderes televisivos, verificar as visões desses líderes e colocá-las sob a avaliação de representantes das mesmas religiões a fim de avaliar a legitimidade dos argumentos exibidos, entrevistar um grupo de estudantes do Curso de Comunicação Social da UEPB a fim de compreender seu posicionamento sobre o programa *Sagrado* da Rede Globo.

Critérios metodológicos para a percepção das intencionalidades do programa *Sagrado*

Com a pesquisa, buscamos compreender se a interação dos receptores com tal conteúdo seria capaz de (in)formar uma consciência favorável à mensagem da diversidade transmitida pelo *Sagrado*. Desse modo, procuramos responder as indagações: existe uma recepção social autônoma e ativa? Como ela se posiciona frente aos conteúdos de cunho religioso? O que é mostrado em *Sagrado* coincide com os princípios doutrinários de cada crença? Há espaço suficiente para as informações de cunho religioso? É possível despertar o interesse da audiência a partir do programa? A mensagem da diversidade religiosa é, de fato, entendida? De que modo?

A *recepção* foi pensada como processo, enquanto categoria *relacional*. Nesse sentido, essa perspectiva se coloca para além dos impactos do

discurso televisivo sobre a audiência. Logo, o delineamento da pesquisa teve embasamento teórico nos estudos da recepção, admitindo que as relações entre mídia e religiosidade não podem ser compreendidas isoladamente, a partir de um olhar dicotômico que separa as impressões do emissor e do receptor. Por isso, foi essencial estudar a configuração do programa para perceber a opinião das pessoas sobre seus conteúdos.

Assim, o percurso metodológico partiu da compreensão de que a *recepção* do discurso religioso amplia seu alcance através dos dispositivos de *mediação* comunicativa e social. Ressalta Lopes (1999) que as pesquisas de recepção, embora sejam de cunho qualitativo, suscitam construções “empírico-descritivas”, a fim de que possam “realizar interpretações críticas, culturais e sociais dos processos de comunicação” (LOPES, 1999, p. 153).

Desse modo, realizamos a gravação dos episódios do programa para que fosse possível *descrever* seus aspectos num *diário de observação*. Explica Lopes (1999) que toda pesquisa de recepção “precisa articular a cotidianidade (usos e práticas) às especificidades discursivas do meio” (LOPES, 1999, p. 153). Desse modo, os registros e anotações contribuíram para ampliar a percepção da realidade investigada, aliados a uma revisão bibliográfica a respeito do aporte teórico escolhido, que se constituiu no passo inicial do desenvolvimento da pesquisa. Assim, foram contemplados os estudos de recepção efetivados por Martín-Barbero (2009), Sousa (2002), Fausto Neto (2002), Lopes (1999, 2010), Jacks (2010), além da rica discussão dos Estudos Culturais proposta por Hall (2004).

O segundo momento da investigação correspondeu à pesquisa de recepção, através de entrevistas em profundidade. As *pesquisas de recepção* solicitam ações empíricas que possam transcender as aplicações conceituais, exigindo, para tanto, observações que possam transpor as aparentes impressões (LOPES, 2010). Segundo Jacks (2010), o universo cotidiano interfere nas práticas históricas dos sujeitos sociais investigados. Partimos, pois, da premissa colocada pelos Estudos Culturais de que a recepção é um processo mediado por essas influências, envolvendo sempre a negociação e a produção de novos sentidos.

As *entrevistas em profundidade* com representantes das doutrinas religiosas e estudantes consistiram num procedimento adequado para a abordagem qualitativa, pois, conforme Duarte (2005), essa técnica se baseia em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, para recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter as informações que se deseja conhecer.

“Os múltiplos olhares sob a ótica doutrinal”: a recepção das vertentes religiosas do sagrado

Observamos o referencial simbólico de cada vertente religiosa, os códigos que lhe concedem sentidos, as práticas ritualísticas adotadas pelos adeptos. Os entrevistados narraram como se percebem, quais seus pertencimentos, e a partir de quais atitudes, sentimentos, valores ou categorias fizeram suas opções religiosas. Enfim, compartilharam informações valiosas sobre suas visões de mundo a respeito do universo investigado. Por essa razão, a modalidade adotada foi a entrevista semiaberta que, segundo Duarte (2005), parte de um roteiro-base, mas considera a dinâmica dialógica do processo de interlocução (roteiro em anexo). Significa dizer que há, nessa tipologia, a possibilidade metodológica de se incluir novas interrogações à medida que os entrevistados expõem o tema.

As entrevistas em profundidade ocorreram com representantes e especialistas das vertentes religiosas. Ou seja, pessoas com conhecimento ou militância nas religiões que representam. As vertentes pesquisadas foram: catolicismo, protestantismo, espiritismo, islamismo, judaísmo, cultos afro-brasileiros, budismo. Nesse sentido, sete fontes foram selecionadas para atender aos propósitos definidos pela pesquisa. Todos autorizaram a divulgação de seus pensamentos, mediante assinatura de um termo de compromisso.

Sete entrevistas também foram realizadas com telespectadores do programa *Sagrado*, escolhidos aleatoriamente e sem a preocupação com seus pertencimentos religiosos, no ambiente acadêmico do curso de comunicação Social da UEPB (estudantes do referido curso). Esses contatos aconteceram por

email e aqui apresentamos alguns trechos dessas entrevistas. O segundo roteiro também pode ser conferido nos anexos deste artigo.

Os representantes religiosos entrevistados foram: Padre Fabrício Dias (catolicismo), de São Mamede; Pastor José Francisco Rodrigues (protestantismo), de Patos; Denise Lima (espiritismo), de Campina Grande; Pai Antonio Florêncio (umbanda), de Patos; Erickson A. Rahman (islamismo), de João Pessoa; Davi André Menezes (judaísmo), de Campina Grande; Felix Maranganha (budismo), de João Pessoa.

Os pontos de vista dos líderes religiosos

O Padre Fabrício Dias Timóteo, pároco de Nossa Senhora da Conceição, de São Mamede, Paraíba, afirmou que a Igreja Católica se utiliza da comunicação para propagar suas ações: “vejo que os meios de comunicação ajudaram, especificamente no mundo cristão, a levarmos o evangelho, suas normas e seus ditames aos lugares, aos recôncavos mais distantes, onde, com a nossa metodologia tradicional, nossa pedagogia conservadora, jamais chegaríamos”. Perguntado sobre o diálogo ecumênico na sua denominação religiosa, o Padre explicou:

Nós temos essa consciência na Igreja Católica de que fazemos parte de uma mesma casa, de uma mesma família, de um mesmo povo, de uma mesma nação santa. Porém, a gente precisa cada vez mais, reforçar, antes de tudo, a identidade católica, porque antes de eu dialogar com o outro, nessa pluralidade, nessa diversidade, nessa heterogeneidade, eu preciso conhecer a minha identidade.

Quanto ao programa *Sagrado*, considerou:

Acho um programa interessante e louvável! Aprovo a iniciativa da Rede Globo, mas vejo também limites profundos, pois as apresentações são bastante superficiais, são bastante limitadas; diria que ficam muito nas águas rasas, não alcançam águas profundas. Vejo que é preciso alargar o debate, discutir de forma mais ponderada, mais minuciosa, apresentar com mais sistematização a doutrina de cada manifestação religiosa.

O representante protestante (Igreja Batista), Pastor José Francisco Rodrigues, de Patos, Paraíba, informou que a sua igreja não investe em meios de propagação doutrinária, sobretudo em televisão, porque, em sua opinião, se trata de uma mídia cara, mas avalia como positiva a apresentação de diversas vertentes no ambiente midiático.

Se alguns pastores têm condições, não vejo problema nenhum. Na verdade, o evangelho está sendo divulgado de qualquer modo, e o próprio Jesus Cristo disse: quem não é a favor dele é contra ele. Nós acreditamos que o evangelho está sendo pregado, e nós acreditamos que algumas pessoas, ao ouvi-lo, têm o coração tocado. Então, é válido falar de Deus em qualquer lugar". E acrescentou: "Eu creio que a mídia é boa, mas não atinge um objetivo direto, ela é indireta. Ou seja, você joga água e todos ficam querendo pegar um pingo. O investimento diretamente na pessoa, na comunidade, eu tenho muito mais fé, pois alcança resultados melhores.

O programa *Sagrado*, na visão do pastor, é muito curto, mas oferece uma proposta rica. "Por isso, eu não sei se ele alcança o debate, pois poderia ser mais diversificado na mensagem, mais profundo. Poderia ter uma mensagem mais longa, que desse tempo de concluir o pensamento, por isso deixa um pouco a desejar".

A Profa. Dra. Denise Lino, da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), foi a representante do espiritismo ouvida pela pesquisa. É interessante salientar que essa doutrina reúne o maior número de adeptos com elevado grau de intelectualidade (NEGRÃO, 2009). Sobre a utilização dos meios de comunicação pelas vertentes religiosas, a professora avaliou que, no caso do espiritismo, é preciso conhecer como se dá a aparição das referências espíritas no universo midiático. Segundo ela,

É preciso separar os segmentos religiosos que financiam sua participação na televisão e estão vinculados a fortes grupos de poder, pois esse é um fenômeno midiático programado para acontecer na atualidade. Um segundo fenômeno a observar é o caso do Espiritismo no Brasil, pois é tão forte no seio da população, que as grandes mídias não puderam se fechar a ele, por isso é grande a recorrência da reencarnação na indústria da mídia.

Com respeito ao sincretismo e ao ecumenismo, lembrou que essas práticas são inerentes aos brasileiros, “É típico do brasileiro agregar saberes e tradições e isso é muito bem explicado pela teoria da complexidade, que sugere você assimilar informações divulgadas de formas diferentes e buscar semelhanças entre elas”.

Pai Antônio Florêncio, representante da Umbanda em Patos, Paraíba, declarou que a sociedade ainda tem muito preconceito em relação às religiões afro-brasileiras. Conforme dados apresentados por Negrão (2009), os pertencentes a essa vertente no Brasil são, em sua maioria, pessoas com reduzida escolaridade. O umbandista assim se posicionou:

A nossa religião não é representada na sociedade. O povo vem aqui escondido. Muitos só sabem criticar as pessoas que frequentam. Você até pode ver meu trabalho com bons olhos, mas 5 ou 6 dizem que eu sou um ladrão! Mas eu sigo a Deus, eu faço o melhor.

Sobre o sincretismo e o ecumenismo religioso, pensa que o diálogo social a esse respeito é “muito raro”, sobretudo entre “os crentes”.

O crente, você sabe como é, eu não quero criticar eles, mas o Deus deles é diferente do nosso: eu não vou dialogar com uma pessoa que diz que eu não presto, que sou um feiticeiro; eu só converso com pessoas que têm raciocínio. Quanto ao sincretismo, também sou católico, todo domingo vou à missa. Eu vendo artigos religiosos, tenho uma loja de Umbanda no Mercado Central. Quem é da Umbanda sempre é católico, o problema é que nós não somos divulgados na mídia, só somos criticados. Há pouca informação sobre nossa religião africana.

Quanto ao debate plural realizado pelo programa *Sagrado*, Pai Antônio respondeu:

Acho bacana, é bem válida a iniciativa da Globo. Vejo que pode ajudar a diminuir o preconceito e a imagem pejorativa que as pessoas têm da Umbanda. Quando eu vou caminhar bem cedo, sempre assisto, mas é bem resumido; às vezes não compreendo o tema por completo, mas as imagens são bonitas e bem feitas. Os líderes que aparecem são bons, falam bem, se apresentam bem. Mas, apesar do objetivo ser aplaudido, ainda acho que é pouco tempo, poderia ser mais, e também acho que o horário não alcança tanta gente como deveria.

O representante do Islamismo entrevistado foi Erickson A. Rahman, de João Pessoa. Informou que a religião ainda sofre preconceito no nosso estado e os meios de comunicação pouco esclarecem a sociedade sobre os postulados islâmicos.

Infelizmente, existem ainda muitas informações falsas e deturpadas sobre o Islã, muitas difundidas pela imprensa e pelo cinema americano. Há vários anos, a guerra fria teve seu fim, e a "América" necessitava de um novo vilão para justificar seus atos imperialistas. O Islã hoje é rotulado de violento, justamente pelos atos isolados de grupos e minorias que não representam a maioria de muçulmanos pacíficos e cumpridores da vontade de Deus.

Acredita que a divulgação descontextualizada das religiões na mídia televisiva pouco acrescenta à sociedade.

Algumas religiões com grande poder financeiro acabam por influenciar negativamente as pessoas divulgando doutrinas incompatíveis com a realidade, a exemplo das teorias da prosperidade, onde certos credos exaltam apenas a prosperidade financeira, nada falando sobre a melhoria espiritual. Ou mesmo nas já conhecidas seitas que de forma fraudulenta arrancam dinheiro dos incautos fiéis com técnicas pra lá de questionáveis.

Avalia o formato do programa *Sagrado* positivamente.

Apesar de a própria Rede Globo ser um ninho de divulgação de propaganda islamofóbica, através de seus telejornais e prestando um desserviço divulgando falsas informações sobre o Islã através da novela *O Clone*, creio que o programa é um começo de reparação contra o preconceito, um tímido mas importante passo nessa direção. É uma pena que ele não tenha maior tempo de transmissão. Através dele, o grande público derruba tabus e passa a ser melhor esclarecido sobre algumas crenças e sobre o que creem e praticam.

Davi André Menezes, da Congregação Amigos da Torá, de Campina Grande, foi o entrevistado sobre o Judaísmo. Ressaltou que a religião é culta, pois requer a leitura dos clássicos pelos adeptos.

Para ser judeu tem que se conhecer um livro, para ser judeu tem que ler, e para ler tem que aprender (...) Por exemplo, 25% de todos os prêmios Nobel dados aos cientistas hoje são para cientistas judeus, pois a nossa forma de pensar, de ser, é acreditar que o homem, através da instrução, pode alcançar objetivos bem maiores na vida.

Suas palavras revelam que há preconceito social contra os judeus até hoje, apesar do maior acesso à informação.

Aqui em Campina a acolhida não era boa, por conta principalmente de algumas posições protestantes de se colocarem contra nós. Agora, as pessoas veem que não somos “comedores de criancinhas”, “papafigos”, os matadores de Cristo (...). O nosso intuito é quebrar isso e nós temos conseguido aos poucos bons resultados nessa missão.

A respeito do programa *Sagrado*, opinou:

Eu assisto sempre que posso, é um bom programa, tenho até alguns contatos com o Rabino Nilton Bonder. Ele é muito bom, até prometeu vir a Campina Grande, mas não veio ainda. A proposta do programa é essencial na sociedade de hoje, bastante diversificada em suas crenças, por isso é muito bem vinda.

Félix Maranganha, poeta, professor e pesquisador de religiões, foi o representante budista ouvido pela pesquisa. Segundo ele, os meios de comunicação são poderosos veículos de expressão social. Assim, vê com naturalidade o fato de diversas religiões utilizarem a mídia como vetor de propagação doutrinária. “A mídia é por onde o povo se expressa, e se o povo se expressa no âmbito político, por que não também no religioso? No cultural? No artístico?”

Sobre o programa *Sagrado*, respondeu que se trata apenas de “mais uma atração que se diz ecumênica”. Não costuma assistir televisão, “tentando pôr em prática alguns preceitos, como dedicar mais tempo a atividades mais úteis”. Entende a diversidade religiosa no Brasil como algo resultante da mudança dos tempos.

É um processo natural na vida e no meio religioso. Tudo muda, o que inclui as religiões. Algumas desaparecem, outras se fragmentam, outras se misturam, mas todas mudam. Logo, um país religiosamente plural é tão somente um país livre o bastante para que a mudança seja possível. O que me interessa é que todos sejam felizes, e se para isso é necessário dialogar uns com os outros, que assim o seja.

A visão dos estudantes sobre a pluralidade religiosa

O segundo grupo de entrevistados, referentes ao curso de comunicação social, destacou sua opinião sobre o *Sagrado*, a avaliação do programa e o que entende acerca da diversidade religiosa. Para os fins deste artigo, alguns trechos foram suprimidos. A primeira questão indagou sobre a proposta do programa na consolidação de uma reflexão ecumênica na sociedade. As respostas foram:

O programa sagrado se mostra como uma boa ferramenta de debate na sociedade, a fim de mostrar as várias opiniões sobre um mesmo tema, inclusive a opinião da Fé Verdadeira, ou seja, da Igreja Católica, para dar aos brasileiros a oportunidade de se reconhecerem segundo a religião que mais lhe convenha. Sem negar o acesso às mensagens das demais religiões, como acontece em canais unicamente cristãos ou na Rede Record, onde prevalece a mensagem da Igreja Universal do Reino de Deus (Emerson).

Acho importante não só o espaço dado para essa discussão, como também para debater esse tema (Thamara).

Sobre a proposta do *Sagrado* e o horário em que é apresentado, avaliaram:

As religiões mostradas tentam transmitir a mensagem de forma resumida, pelo fato de todas terem uma enorme riqueza cultural e "simbólica" a ser passada, o que não é possível acontecer dentro do resumido espaço de tempo do programa. O formato é incompatível com a proposta apresentada (Emerson).

Não tive muito acesso ao programa, mas a ideia é essa, não? Debater a respeito de tais religiões... Justamente pelo horário, pois gosto de dormir, não assisto sempre. Aparentemente, acredito ser bem dividido e bem aproveitado (Thamara).

Quanto ao horário, acho prático, pois traz conhecimento preciso ao público (Rafael).

A respeito da diversidade religiosa, as respostas mais significativas foram:

A discussão da diversidade seria mais rica se as exibições do programa fossem de preferência aos sábados com debates ao vivo, com pelo menos três ou quatro religiões diferentes a cada semana, sem que os líderes religiosos se repetissem e houvesse espaços para perguntas dos telespectadores e sua opinião sobre o assunto (Emerson).

O programa sagrado traz religiosos para debater suas doutrinas, e naturalmente trazem consigo suas crenças, há mesmo que nas “entrelinhas” as crenças individuais. O programa preza pela diversidade num debate construtivo. Porém, não creio que exista total imparcialidade no que é mostrado (Thamara).

Considerações finais: o papel da televisão na divulgação do pluralismo religioso

A pesquisa de recepção, realizada através de entrevistas em profundidade com especialistas do campo religioso e com os estudantes, apontou o que Martín-Barbero (2009) denomina de “mercado amplo de ofertas comunicacionais”. Se os meios de comunicação foram pensados com a proposta de “informar” a sociedade, sua ação de “formação” da opinião pública se hibridizou com estratégias de consumo simbólico. Logo, os meios não divulgam apenas ideias mas “vendem” pensamentos. Desse modo, o processo de interpretação da mensagem torna o processo de recepção uma atividade individual.

Para Martín-Barbero (2009), o meio de comunicação é um instrumento, uma arma, um componente de um processo maior que ocorre na dinâmica histórico-cultural e que sofre mutações no cotidiano. Os novos modos de interação do público com os meios são destacados pelo autor como “legitimadores” do papel incisivo da comunicação na sociedade. Diz ele que precisamos nos dar conta de que a verdadeira proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio - como muitos os aparatos que compramos e que trazem consigo seu manual de uso - transmite ao receptor. “Sabemos que o consumidor não somente crê, mas é com base nos modos de uso que esses aparatos são socialmente reconhecidos e comercialmente legitimados” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 57).

Diante disso, torna-se perceptível, no campo religioso, a grande influência que os aparatos da mídia televisiva exercem sobre o consumidor final da programação. Mas, no que tange à utilização da mídia na propagação das diversas crenças, os entrevistados consideram esse artifício como algo naturalizado hoje em dia,

embora destaquem que as igrejas evangélicas constituem o segmento que mais se apropria dessa estratégia. O representante católico destacou que a televisão é usada para fins mercantis. O budista, por sua vez, declarou que não assiste à televisão, enquanto que o representante do Judaísmo, Davi Menezes, enfatizou que os judeus não investem em *marketing* e isso, em sua opinião, mantém vivo o preconceito contra a fé judaica no espaço social. O pastor entrevistado crê que a religião na mídia é importante porque sua mensagem pode sensibilizar as pessoas. De um modo ou de outro, esses dados indicam que as pessoas, religiosas ou não, não ficam indiferentes à mídia e ao seu poder de convencimento coletivo.

Os entrevistados foram unânimes ao considerar que o horário de exibição do *Sagrado* é muito curto e deveria ser repensado pela emissora, pois no início da manhã muitos telespectadores se preparam para o trabalho ou estudo, e as donas de casa estão envolvidas nas tarefas do cotidiano. Isso os torna receptores casuais, uma vez que suas atenções são divididas com outros afazeres. Tanto os líderes das representações ouvidos como os estudantes observaram que o horário e o tempo destinado às questões são inadequados para a proposta de discussão da diversidade religiosa, o que torna os conteúdos meramente informativos.

Em relação aos conteúdos doutrinários, a pesquisa revelou que a discussão do pluralismo mostrada pelo programa é muito dispersa e não possui impacto suficiente para moldar identidades religiosas, embora seja capaz de informar os telespectadores atentos. Para S. Hall (2004), as identidades engendram a cada dia um jogo dialético de negociações de sentidos no qual constroem conceitos e são reconstruídas. Ou seja, não se modificam facilmente. É nesse intercâmbio de significados que os telespectadores recebem as mensagens religiosas, ao mesmo tempo em que se posicionam contrários ou favoráveis a elas. O debate dessa questão seria importante para a sociedade, mas observamos que não há espaço no programa para a discussão da identidade religiosa ou a intolerância de cunho religioso, como seria desejável pelos pesquisados.

As entrevistas revelaram que o *Sagrado* é importante agente mediador da vida religiosa brasileira e as mensagens visuais contribuem para essa percepção.

As imagens de elementos divinos compõem um pano de fundo para a cena da religiosidade e impactam, mas não se mostram persuasivas o suficiente para gerar a conversão dos que assistem para alguma apologia doutrinária, e este não é o objetivo da atração global. Como estratégia de correspondência às discussões exibidas, o *Sagrado* investe ainda nos processos imagéticos de subjetivação de cada crença. As mãos de santo, por exemplo, surgem caracterizadas com vestimentas, signos e símbolos de fé dos rituais afros, que aproximam os adeptos das tradições. Percebemos que a musicalidade utilizada também aguça o sentimento de pertença religiosa. O programa expõe ainda as participações de atores da emissora, trocados em determinados períodos, que, de alguma forma, estão relacionados à religião a que se referem: Tony Ramos, Oscar Magrini, Stênio Garcia, entre outros.

Pelo exposto, o estudo possibilitou a percepção de que a linguagem televisiva, através de diferentes técnicas, torna-se hoje a maior fonte de informações sobre o universo religioso, devido ao amplo alcance das suas mensagens. O programa *Sagrado* consegue aproximar a sociedade dos rituais religiosos, despertando a atenção dos telespectadores, apesar do horário de exibição e do tempo destinado à discussão da diversidade religiosa, considerados pelos interlocutores do estudo os maiores entraves à plena audiência. Todavia, compreendemos que o papel de socialização religiosa foi cumprido pela atração. O investimento nas imagens, cenários e ambientações mostrou-se também importante vetor de *informação* e *representação* sobre as práticas e rituais religiosos, despertando o público para esse rico universo temático. Esperamos que o estudo contribua para a análise da midiaticização do campo religioso e inspire novas pesquisas que busquem compreender a relação entre mídia e religiosidade.

Referências

FAUSTO NETO, A. "A deflagração do sentido: estratégias de produção e de captura da recepção". In: SOUSA, M. W. (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

JACKS, N. "Pesquisa de recepção: empírica por natureza". LOPES, M. I. V.; BRAGA, J. L.; MARTINO, L. C. (orgs.). *Pesquisa empírica em comunicação*. São Paulo: Paulus, 2010.

LOPES, M. I. V. "Explorações metodológicas num estudo de recepção de telenovela". In: LOPES, M. I. V. (org.). *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: Edicom/Intercom, 1999.

LOPES, M. I. V.; BRAGA, J. L.; MARTINO, L. C. (orgs.). *Pesquisa empírica em comunicação*. São Paulo: Paulus, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad. Ronald Pólito e Sérgio Alcides. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

NEGRÃO, L. N. "Mutantes religiosos". *Tempo social: revista de sociologia da USP*, v. 20, n. 2, 2009.

SOUSA, M. W. (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.

_____. "Recepção e comunicação: a busca do sujeito". In: SOUSA, M. W. (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.