

### **Stewart Hoover**

Doutor pela Annenberg School of Communications da Universidade da Pensilvânia, foi pró-reitor da Temple University. Fundador do Programa de Religião, Cultura e Comunicação da American Academy of Religion. É fundador e diretor do Centro de mídia, religião e cultura. Professor de Estudos de Mídia da Escola de Jornalismo e Comunicação de Massa da Universidade do Colorado em Boulder, nos Estados Unidos. Email: [hoover@hotmail.com](mailto:hoover@hotmail.com)

Tradução para o Português de Magali do Nascimento Cunha, doutora em Ciências da Comunicação, docente do Programa de PósGraduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo.

## **Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático**

### **Media and religion: assumptions and implications for academic and media fields**

### **Medios de comunicación y religión: supuestos y implicaciones para los campos académico y mediático**

## RESUMO

As previsões de que a religião desapareceria da vida moderna podem ser dadas como mortas, pois a religião, na era global, ganhou novo perfil e destaque. Ao mesmo tempo, eventos que mudaram o mundo em anos recentes têm pelo menos algumas de suas origens na religião, e por meio de uma ampla variedade de contextos, questões e processos históricos a religião persiste e até mesmo domina. Ao lado disto, as maiores questões e tendências religiosas tão importantes hoje não podem ser plenamente abordadas e compreendidas sem atenção às mídias. Na verdade, tais tendências estão enraizadas nas mídias de importantes formas. As mídias são uma fonte de informação sobre as religiões, sobre as tendências religiosas e sobre as ideias religiosas. A religião está cada vez mais presente no noticiário, no entretenimento e na cultura popular. Uma reflexão sobre esta realidade é o objeto deste estudo que enfatiza premissas e implicações tanto para o campo acadêmico quanto para o midiático com vistas a futuras pesquisas e práticas.

## ABSTRACT

Predictions that religion would fade from modern life can be given as dead, as religion has instead gained new profile and prominence on the global stage. World-changing events in recent years have at least some of their source in religion, and across a broad range of contexts, issues, and historical processes, religion persists and even dominates. Beside this, the major religious issues and trends that are so important today cannot be fully addressed or understood without attention to the media. Indeed, these trends are rooted in the media in important ways. The media are a source of information about religions, religious trends, and religious ideas. Religion is thus more and more in the news, in entertainment and popular culture. A reflection on this reality is the object of this study that emphasizes assumptions and implications for both the academic field and for the media with as a support for future research and practice.

## RESUMEN

Las predicciones de que la religión desaparecería de la vida moderna se pueden dar como muertas una vez que la religión, en la era global, ha adquirido un nuevo perfil y protagonismo. Al mismo tiempo, los acontecimientos que cambiaron el mundo en los últimos años tienen al menos algunos de sus orígenes en la religión, y por medio de una amplia variedad de contextos, temas y procesos históricos la religión persiste e incluso domina. Además de esto, los principales problemas y tan importantes tendencias religiosas hoy no pueden ser abordados o entendidos completamente sin atención a los medios de comunicación. De hecho, estas tendencias tienen sus raíces en los medios de comunicación de manera importante. Los medios de comunicación son una fuente de información acerca de las religiones, sobre las tendencias religiosas y de las ideas religiosas. La religión es cada vez más presente en las noticias, en el entretenimiento y en la cultura popular. Un reflejo de esta realidad es el objeto de este estudio, que enfatiza los supuestos y las implicaciones tanto para el ámbito académico y de los medios de comunicación con miras a futuras investigaciones y prácticas.

Submissão: 05/05/2014

Decisão editorial: 06/05/2014

À medida que adentramos o século XXI, podemos ver mais claramente as tendências que vão dominar cultura, sociedade e política pelo futuro próximo. Entre elas está uma que desafia ideias importantes recebidas do passado: a persistência e ressurgimento da religião como uma força nacional, regional e global. Aparentemente contraditória à previsão de longa data de que desapareceria na vida moderna, a religião, ao contrário, ganhou novo perfil e destaque na era global.

De fato, essa tendência não é de todo nova. A religião ganhou novas bases na política americana na última metade do século passado ao mesmo tempo que as religiões alcançavam novo destaque em outros lugares do mundo. Duas tendências icônicas: o surgimento do neoevangelicalismo<sup>1</sup> na política americana

---

<sup>1</sup> Nota da tradutora: Evangelicalismo é um movimento cristão protestante, de cunho conservador e fundamentalista, que se consolidou no século XIX nos Estados Unidos e enfatiza a autoridade bíblica, a centralidade na figura de Jesus Cristo como único mediador entre Deus e a humanidade, a conversão a Jesus Cristo como condição para a salvação da alma, o antiecumenismo e a necessidade de pregação do Evangelho bíblico centrado em Jesus Cristo por meio do ativismo missionário. Evangelical é o termo atribuído aos adeptos do movimento. Neoevangelicalismo é o nome atribuído a um movimento surgido entre protestantes americanos nos anos 1940, de crítica ao fundamentalismo, portanto, com abertura ao liberalismo teológico e a uma leitura crítica da Bíblia, aceitação do ecumenismo e com ênfase nas ações sociais missionárias.

e o perfil renovado do Islã na política global que emergiu nos anos 1970. Em 1976, um evangelical foi eleito presidente dos Estados Unidos e o termo "nascido de novo em Cristo" confundia jornalistas e intelectuais. Em 1979, a Revolução Islâmica no Irã se tornou um evento sinalizador da revitalização do Islã global, confrontando diretamente a política externa americana e dando um poderoso impulso simbólico na identidade muçulmana tanto no xiísmo iraniano quanto além dele. Há muitas outras questões e tendências religiosas, mas estas se destacam, particularmente no contexto americano, e – em certos lugares e por certas vozes – são requeridas a enfrentarem-se umas às outras no "front" num "choque de civilizações" global.

Cada um desses eventos – e as tendências subjacentes para as quais eles apontam – desafiaram diretamente crenças testadas e verdadeiras em círculos acadêmicos, intelectuais, governamentais e midiáticos. Em cada uma dessas esferas especialistas encontraram-se confrontando novas realidades que desafiavam convenções e tradições, levando a um processo de reflexão, autoanálise e autocrítica que continua até hoje. Por longo tempo aceitava-se que o progresso educacional, econômico e político diminuiria o interesse pela religião, em parte porque os indivíduos modernos necessitariam menos dos poderes explicativos e salvíficos da religião e, portanto, as sociedades se tornariam cada vez mais seculares. Educadores nos EUA e na Europa ensinavam com essa tendência em mente, pesquisadores da sociedade assumiam que a religião estava em declínio e jornalistas e outros profissionais de mídia dirigiam-se ao mundo (e às visões de mundo de seus públicos) como um lugar secular – e secularizante.

Teorias da secularização podem ainda revelar-se corretas em longo prazo. Pressões culturais e sociais na modernização e na educação realmente parecem enfraquecer alguns aspectos que tornam religiões tradicionais legítimas. Tendências na religião (tais como o declínio na adesão religiosa entre cristãos no Ocidente, que dura décadas, e na participação em outros credos abraâmicos em muitos países) parecem indicar isso. Ao mesmo tempo, eventos que mudaram o mundo em anos recentes têm pelo menos algumas de suas origens na religião, e por meio de uma ampla variedade de contextos, questões e processos históricos a religião persiste e até mesmo domina.

## O papel da mídia

A natureza da religião em mutação na vida contemporânea recebeu mais e mais atenção nos últimos anos desde os ataques de 11 de setembro de 2001. Nessa abordagem, no entanto, o papel crítico das mídias tem sido negligenciado. Na medida em que as mídias são ubíquas em todo o mundo, elas tendem a ser dadas como certas em vez de terem seu papel reconhecido. Essa negligência é notória em muitos setores da vida moderna, mas não mais do que na religião, ainda que as religiões tenham sido sempre mediadas e muitos movimentos religiosos tenham tido envolvimento destacado nas mídias modernas desde, pelo menos, o final do século XIX.

O fato é que as maiores questões e tendências religiosas que são tão importantes hoje não podem ser plenamente abordadas e compreendidas sem atenção às mídias. Na verdade, tais tendências estão enraizadas nas mídias de importantes formas. As mídias são uma fonte de informação sobre as religiões,

sobre as tendências religiosas e sobre as ideias religiosas. No despertar do 11 de setembro e dos ataques de Londres e de Bali em 2005, o jornalismo deu cada vez mais atenção à religião tanto como matéria local e doméstica como internacional ou global. Interesses sectários estão cada vez mais no centro de situações de tensão política, de conflito social e até mesmo de derramamento de sangue. A religião está, portanto, cada vez mais presente no noticiário. A emergência da política religiosa nos EUA tem-na empurrado, do mesmo modo, a novas páginas.

A religião está igualmente aparecendo crescentemente no entretenimento e na cultura popular. A partir do momento em que a televisão transmitiu, em horário nobre, alguns programas com temas religiosos e espirituais, a religião se tornou a parcela mais importante da televisão comercial nos EUA, desde os anos 1990. O consumo de mídia nos EUA e no Ocidente de forma mais geral inclui religião e espiritualidade em um grau maior do que no passado.

Entretanto, as mídias não apenas cobrem e representam a religião; na verdade, interagem com ela por maneiras que estão mudando tanto as mídias quanto a religião. Os eventos em torno do 11 de setembro dão mais exemplos de tais interações. É importante lembrar que os ataques de 11 de setembro foram e continuam a ser apresentados e entendidos como, pelo menos parcialmente, enraizados na religião, em conclamações de uma verdade religiosa e em um alegado «choque de civilizações». As mídias foram as principais fontes da experiência dos eventos ocorridos naquele dia para muitas pessoas ao redor do globo. O fato de que esses eventos diziam respeito tanto à política quanto à religião não escapou aos

que assistiam àquelas apresentações. Houve mais cobertura e comentários sobre as bases e implicações religiosas dos ataques.

No entanto, as mídias estavam ainda mais profundamente envolvidas. Logo, ficou óbvio que muito do que muitas pessoas no Ocidente sabiam sobre «os outros» em qualquer parte do mundo era o resultado da forma como a mídia ocidental retratava aquelas regiões e suas religiões. Questões sobre as razões para os ataques poderiam ser respondidas apenas com as bem conhecidas suposições sobre a situação global derivadas das mídias. O fato de que havia mais questões que respostas revelava que a cobertura das mídias sobre a política religiosa global ficou atrás das realidades em evolução. Desse modo, as mídias determinam a esfera civil transnacional de formas importantes. Uma grande implicação foi que o papel da religião em tal conhecimento e discurso também é necessariamente uma função das mídias e de suas representações.

As mídias desempenharam ainda mais um papel na motivação dos interesses islâmicos por trás daqueles ataques. Por décadas, os movimentos conservadores no mundo muçulmano têm desenvolvido uma crítica poderosa da imoralidade, da decadência e da irreligião ocidentais. Alguns dos que se envolveram com os ataques de 11 de setembro e com o movimento islâmico antiocidental mais amplo basearam suas ideias sobre o Ocidente nas impressões derivadas da mídia ocidental. Qualquer um que tenha viajado extensivamente fora do Ocidente vê a infinidade de filmes e programas americanos de segunda e terceira categorias disponíveis lá. Violência, sexo e imoralidade transformados em conteúdo barato, acessível e

traduzível nos filmes e na televisão, cujo resultado é um retrato da vida do Ocidente e dos seus valores que poucos ocidentais reconheceriam. As mídias, então, estão voltadas para criar, não apenas retratar, a confrontação moral que alguns veem ter lugar entre o Islã e o Ocidente.

Finalmente, as mídias estão também envolvidas na memória dos eventos de 11 de setembro e suas consequências em mais do que apenas formas jornalísticas. Sempre, desde o assassinato de John Kennedy em 1963, os americanos esperam que a televisão seja o contexto central por meio do qual os públicos nacional e global experimentem, chorem e relembrem eventos como esses. Essa função quase-religiosa do meio predominou em situações tais como a explosão da Challenger, a morte da princesa Diana, as bombas na cidade de Oklahoma e os tiros na Escola Columbine. Dessa forma, em 11 de setembro tanto as mídias quanto seus públicos estavam bem preparados para a televisão se tornar um tipo de espaço cívico-religioso que poderia atrair tanto públicos quanto participantes nacionais e internacionais.

Devemos dizer, então, que as mídias podem ao mesmo tempo ser uma fonte de religião e de espiritualidade, um indicador de mudança religiosa e espiritual e articulada em tendências religiosas e espirituais – transformando a religião por meio dessas interações e também sendo transformada por esse relacionamento.

### Transformações religiosas e midiáticas

A interação entre mídia e religião está se tornando mais óbvia já que tanto as mídias quanto a religião têm experimentado mudanças significativas nos anos recentes. Há tendências nas mídias, na tecnologia e



na economia, que resultam em um ambiente cada vez mais diverso, descentralizado e de múltiplos canais. E cada vez mais canais emergem na mídia tradicional e na digital, esferas online e de mídias sociais, um crescente mercado por uma variedade de conteúdos tem sido desenvolvido, diminuindo significativamente o que eram barreiras de entrada pela religião. As mídias operam cada vez mais como um mercado, e como há mais e mais demanda por religião e espiritualidade, o suprimento das mídias tem aumentado. Entre outras coisas, esse aumento no suprimento de religião mediada significa que a religião e a espiritualidade estão cada vez mais disponíveis fora das fronteiras das "religiões" formais, uma situação que tem implicações que mudam tudo para essas instituições.

A presença e a persistência das instituições em anos recentes têm sido acompanhadas por mudanças importantes em muitas religiões. Em primeiro lugar, há um enfraquecimento na autoridade de líderes religiosos, de instituições e de doutrinas. Por uma variedade de razões, as pessoas hoje estão assumindo mais a responsabilidade pelas próprias crenças, as próprias espiritualidades e identidades religiosas. Ao lado do enfraquecimento na confiança pública nas instituições em geral, as instituições religiosas também perderam a notoriedade, e a autoridade clerical é menos importante em determinar o que as pessoas creem e a forma com que elas vivem suas vidas. Religião e espiritualidade hoje são, portanto, mais determinadas por indivíduos e por processos de escolha individual. Essa tendência na religião pode ser vista por ser coerente com a secularização. Sentimentos de autonomia individual são efeitos diretos da modernidade, da educação e das mídias.

Religião e espiritualidade têm a ver hoje com identidade e com o lugar que indivíduos estabelecem para si próprios no turbilhão da vida moderna. O fato de que essa autonomia na religião e na espiritualidade é um tipo de individualismo tem sido base de muitas críticas de autoridades religiosas e teológicas para quem valores históricos, coletivos, organizacionais e institucionais são importantes dimensões da religião. A ascensão da autonomia pessoal e o declínio da autoridade institucional são tendências que atravessam as religiões. Nas grandes religiões do Ocidente, no Islã, no Budismo e até nas religiões conservadoras do evangelismo americano, adeptos são cada vez menos leais às diretrizes clericais, doutrinárias e históricas. Essa tendência é também geracional. É até mesmo mais pronunciada entre culturas juvenis.

O termo “espiritualidade” é destacado nessas tendências. Pessoas estão cada vez mais desconfortáveis em se identificar com “religião” – o que definem como um pacote que combina autoridade institucional e clerical – e mais confortáveis com “espiritualidade”, que para elas representa puro significado e prática não diluídos por essa associação com ideias e histórias recebidas e determinantes. Essas “espiritualidades” emergentes buscam símbolos e outros recursos fora das fronteiras de religiões e tradições específicas, procurando criar algo novo, sintético e significativo que funcione para elas. Enquanto alguns desses recursos necessariamente vêm de religiões históricas, é a aquisição e a combinação deles (a “busca”, como é frequentemente descrita) em formas singulares singularmente significativas a tarefa do ser individual autônomo. Mais importante para os nossos propósitos aqui, o acesso a esses recursos envolve as mídias.

Como as pessoas buscam espiritualidades individuais (e coletivas) que façam sentido, elas se voltam para o mercado de símbolos religiosos em expansão que emerge nas mídias locais e globais.

### Cultura popular

A religião e as mídias estão convergindo no popular, no entretenimento e até em novas culturas por meio da variedade de mídias, da televisão aos filmes, à publicidade, à música, às novas mídias da esfera digital, incluindo as novas mídias sociais da Web 2.0 e 3.0. As características das mídias tornam-nas particularmente acessíveis a tal papel. Das mídias provêm rico simbolismo, cultura visual, contextos e práticas mais relevantes de participação social e identidade, e oportunidades de fazer e refazer identidades e relacionamentos sociais para ajustar padrões de ideias e de ação em evolução. As mídias são, ademais, a fonte dominante e definitiva do que é social e culturalmente importante na modernidade. O jornalismo age dessa forma ao colocar a agenda do discurso social público e privado. O entretenimento e a mídia publicitária fazem o mesmo ao criarem e manterem culturas de gosto por meio das quais as identidades são valorizadas.

Críticos dessa situação tendem a afirmar que deve haver alguma contradição necessária entre religião, que é antiga, consagrada pelo tempo e inquestionavelmente «autêntica», e as mídias, tidas como modernas, superficiais e inautênticas. O papel do mercado na convergência de mídia e religião é também algo problemático para alguns. Os tipos de símbolos, ideias e outros recursos no suprimento do mercado religioso das mídias são produtos que dimi-

nuem ainda mais sua demanda por autenticidade. Esses são os argumentos, pelo menos. Mas o fato de as mídias estarem incorporadas nos mercados é uma das muitas fontes importantes de sua significância para instituições como a religião e o Estado. Colocado de forma simples, as mídias possuem independência estrutural, autonomia fiscal e autoridade cultural fora desses outros centros de poder, e esses atributos são resultado direto de sua localização no mercado global capitalista. Ademais, a mercantilização da religião não é algo novo. Há histórias longas e profundas de culturas materiais religiosas e espirituais na maior parte das tradições religiosas. Essa mercantilização tem sido, de forma indiscutível, particularmente destacada no chamado «mercado democrático» do protestantismo americano, mas não é limitada ao contexto religioso. O fato de importantes tradições de expressões musicais, cinematográficas e literárias terem suas raízes na religião é mais uma forma pela qual «religião» e «mídia» partilham uma relação forte e complexa.

### Globalização de produtos culturais

Por boa parte do século passado, as relações entre religião e as mídias eram frequentemente entendidas dentro de certas fronteiras. Estas eram sempre sectárias, em que a comunicação de religiões específicas ou a forma como essas religiões eram cobertas pela imprensa poderiam ser avaliadas. Outras fronteiras eram tecnológicas: como as religiões eram afetadas pelo visual *versus* mídias impressas e como certas mídias retratavam religiões são exemplos. Mais importante, talvez, eram as fronteiras geográficas que definiam essas relações. As práticas das mídias religiosas e a mediação da religião poderiam ser limitadas

a certos locais nacionais e regionais. Muitas das preocupações primeiras sobre a televisão religiosa, por exemplo, eram focadas no mundo cristão, com os exemplos mais destacados do formato que emergiu do contexto dos Estados Unidos e com menor extensão da Europa.

O mundo, no entanto, mudou de forma importante. O que passamos a conhecer como globalização é um conjunto de processos que integraram cada vez mais o globo em termos sociais, culturais e econômicos. Essa integração tem sido mais óbvia na globalização econômica por meio da qual acordos multilaterais têm contribuído na integração de mercados mundiais de tudo – de matérias-primas a produtos agrícolas, produtos finalizados e os chamados produtos culturais. Esta última categoria é aquela na qual o conteúdo e os serviços das mídias se encaixam, e o fato de que o mercado global agora reconhece e encoraja livre mercado em produtos de mídia ajudou a integrar culturas globais.

As mídias estão, de fato, envolvidas na globalização de múltiplas formas. Além de diretamente associadas como produtos nos mercados globais, elas também oferecem muito do discurso da globalização que alcançou cada vez mais destaque em anos recentes. O que sabemos do novo mundo globalizado, sabemos porque as mídias (particularmente as mídias noticiosas) o cobrem.

De fato, não é mais possível ter uma conversa privada. As antigas delimitações geográfica e sectária da religião deram lugar a uma situação em que eventos em uma região do mundo são instantaneamente acessíveis em toda parte. Um exemplo destacado deste acesso instantâneo foi a controvérsia da char-

ge, no início de 2006. Representações do profeta Mohamed impressas em um jornal dinamarquês levaram a reações públicas, incluindo distúrbios, em alguns países muçulmanos. Da mesma forma, quando um ano depois o ator Richard Gere beijou publicamente a estrela de Bollywood, Shilpa Shetty, em um evento de levantamento de fundos para caridade, houve reações de desprezo no mundo hindu.

As instituições religiosas e os líderes clericais também têm experimentado essa realidade à medida que veem como impossível protegerem-se do controle público (i.e. mídias). A Igreja Católica Romana, por exemplo, se encontra num clima de mudança quando passa a lidar com uma série de revelações com respeito a abusos sexuais por padres. A comunidade anglicana continua a lutar em meio a uma crise que emergiu da consagração de um bispo declaradamente gay nos Estados Unidos. Em outros tempos, a distância tornaria mais difícil que anglicanos em qualquer lugar do mundo fossem afetados por tal situação. No entanto, na era da globalização foi impossível ignorar e – como vários bispos africanos apontaram – a cobertura da consagração pelas mídias na África identificou os anglicanos de lá com este ato, o que teve implicações sérias para a sua, autodescrita, “competição” com outras religiões naqueles contextos nacionais.

Uma segunda área na qual a globalização começou a afetar a religião é na habilidade da mídia moderna e global de dar suporte à manutenção de identidades culturais – particularmente identidades religiosas – no contexto das migrações internacionais. O fluxo transnacional de identidades culturais e religiosas emergiu como um dos mais importantes de-

safios do século XXI. A imigração continua a ser uma questão de carga política nos EUA, e comunidades de imigrantes tornam-se cada vez mais politicamente importantes e divisórias na Europa. Os distúrbios nas periferias de Paris em 2005 e tensões similares em todo o continente trouxeram para o foco das atenções a importância de se compreenderem as comunidades imigrantes e os modos como identidade e cultura são criadas e tomam forma num contexto global cada vez mais complexo.

Como em outras áreas, as mídias estão envolvidas na cobertura dessas questões, e o fato de que muito do que está em jogo nessas comunidades e nessas tensões envolve religião novamente traz mídia e religião em interação uma com a outra. Como a representação de identidade, cultura e diferença pelas mídias influencia essas identidades e a compreensão geral delas? Como essas culturas e identidades mediam-se internamente e externamente? Como essas culturas e identidades – em termos religiosos e não religiosos – mudaram por conta de suas interações com as mídias?

Entretanto, a mediação da identidade religiosa tem outra e mais recente implicação. As migrações transnacionais hoje são mais, não menos, conectadas com seus países e regiões de origem porque as mídias modernas mantêm tais vínculos de formas não precedentes em seus discursos e alcance. As pessoas mantêm contato com sua terra natal de formas mais instantâneas e diretas do que no passado por meio de vídeos, transmissões por satélite, *videostreaming* e telefones celulares. Essa influência pode fluir em ambas as direções, clara. Por exemplo, um aparato de produção de mídia extraordinário surgiu para transmitir filmes,

música, vídeos e outras expressões de cultura jovem de volta para o Irã a partir da costa dos Estados Unidos, do conhecido coloquialmente como “Teerangeles”.

Uma terceira questão na globalização se move para além de fronteira e vínculos. Um complexo global midiático-cultural está emergindo e transcende muitas questões e problemas do passado. Tal complexo é mais óbvio em culturas jovens, em que o vídeo musical emergiu como o maior gênero de expressão cultural – e religiosa. Por meio do YouTube e outros sites, vídeos da cultura pop oriental, de culturas jovens cristãs, judaicas, muçulmanas e hindus agora circulam com poucos limites geográficos. Uma cultura global popular que inclui vídeos e formas de música popular, tais como o hip-hop, permeia as mídias em países ao redor do mundo. Essas expressões são menos enraizadas e delimitadas do que no passado, mas elas continuam a gerar significados a partir de suas origens e fontes. Um tipo de negociação entre o local e o global que alguns chamam de “glocalismo” está se tornando a ordem do dia.

### Autoridade religiosa e a “cultura em comum”

Essas tendências nas mídias significam que as diferenças religiosas tradicionais estão sendo demolidas. O declínio na autoridade religiosa que tem acompanhado a crescente mediação da religião de fato realmente ameaça as instituições e as tradições religiosas. A resposta tem sido sempre se voltar para as mídias como forma de reforçar aquelas fronteiras. Organizações religiosas, do Vaticano aos Mulás iranianos, à Igreja Mórmon, à Irmandade Muçulmana, ao Judaísmo ortodoxo, aos ministérios cristãos evangélicos conservadores, tentam usar as



mídias para definir fronteiras, diferenças e distinções, mais do que transcendê-las. Muitos desses grupos também criticam a chamada mídia secular por suas tendências antirreligiosas e valores questionáveis. Alguns têm estabelecido estruturas formais e informais para a crítica e o controle da mídia em nome dos seus seguidores.

Entretanto, hoje, as forças poderosas da mediação tornam tais projetos cada vez mais problemáticos. A centralidade da esfera midiática em relação às identidades religiosas é um fato social que deve ser considerado. Muitas pessoas hoje não distinguem entre a sua fé e as suas vidas midiáticas, pelo menos não de qualquer forma que afete seus comportamentos midiáticos. Ao contrário: as mídias hoje oferecem o contexto para a participação em culturas em comum em nível local, nacional e até mesmo global, de ideias compartilhadas, símbolos, questões e valores. As pessoas querem fazer parte daquela conversação cultural comum; desejam participar de interações no trabalho, em suas vizinhanças, em suas famílias, até mesmo nas igrejas, mesquitas ou templos, que sejam sobre os problemas, as questões e as experiências que são compartilhadas em comum, isto é, por meio das mídias. O conhecimento do que está acontecendo na cultura em comum se torna um tipo de moeda de troca que define identidades na vida contemporânea.

Líderes religiosos estão corretos em perceber que a centralidade das mídias é um desafio à autoridade. Porque fornecem um contexto cultural mais homogêneo no qual muitos de nós vivem e para o qual muitos de nós nos referimos em termos dos nossos relacionamentos sociais, ideias e valores, as mídias criam fronteiras, cada vez mais irrelevantes, entre uma

cultura sagrada dentro da fé e uma cultura profana fora dela.

Isso sugere uma implicação adicional para a religião. Há um número de formas pelas quais a mediação da religião na vida contemporânea leva para a relativização daquela própria religião. Há relativismo nas demandas dessa cultura em comum no qual ela necessariamente representa valores sociais e culturais mais amplos, mais homogêneos e mais consensuais (deixando de lado por enquanto que o centro de gravidade de tal consenso é sempre em alguma medida estabelecido pelas raízes religiosas da cultura). Com algumas exceções, as mídias desejam apelar a um público amplo e geral. Esse desejo é verdadeiro mesmo da parte da mídia religiosa. Poucas religiões ou culturas pretendem se afastar completamente de contextos culturais maiores. Exceções são os Amish e a Igreja Fundamentalista de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias. Ao invés disso, muitas religiões desejam se expor e a sua verdade fala a públicos mais amplos. Aí reside o problema. Para fazer isso, devem atenuar algumas de suas bordas afiadas mais distintivas. O resultado é uma versão da religião que é necessariamente relativizada *vis a vis* suas demandas centrais.

Claro que os produtores religiosos têm a pretensão de fazer coisas que sejam distintivas. A longa e conhecida história do evangelicalismo americano tem embutidos produtos de mídia e mediações. O fundamentalismo primitivo era, de fato, grandemente um fenômeno de mídia: suas expressões mais antigas se deram por meio de panfletos amplamente circulados e mais tarde seus líderes mais proeminentes foram pregadores eletrônicos. O neoevangelicalismo também teve importantes dimensões midiáticas, embora

nem todos os evangelicais se identificassem com os televangelistas dos anos 1970. Mediações mais penetrantes do cristianismo conservador, tais como as extensas produções de filmes, publicações e músicas da Organização Billy Graham, representaram um compromisso de responder à ordenança de Jesus de pregar o Evangelho a todas as nações. E ainda assim, esses filmes e outras produções enfrentaram um sério desafio de cruzar suas audiências sectárias com as seculares mais gerais.

A Música Contemporânea Cristã (MCC) tem sido uma iniciativa importante para esse cruzamento. Artistas e grupos cristãos destacados são reconhecidos quando encontram público fora de suas raízes. No entanto, alguns desses públicos são induzidos ao erro. As raízes de cantores da MCC são claramente compreendidas por seu público-alvo dentro da confissão (que os celebra por sua proximidade com a música secular). Ao mesmo tempo, o público secular não tende a ser atraído por eles (com algumas notáveis exceções). Em anos recentes, algumas das mais destacadas vozes da MCC têm começado realmente a questionar a lógica de tais tentativas de cruzamento. A lógica e a substância da cultura em comum são em larga medida determinantes.

É importante registrar que tanto produtores quanto públicos dessas mensagens e gêneros religiosos aceitam a necessidade do seu relativismo. Produtores o veem como uma condição necessária da atividade criativa dentro desses contextos. Públicos de dentro aceitam a transigência porque querem participar na produção e na distribuição de tais materiais numa cultura secular «que realmente necessita deles». Transigências são necessárias para ganhar

acesso àquela cultura, e elas tornam-se simbólicas da importância (e talvez do sucesso) dessas produções. Na prática, é quase impossível encontrar um equilíbrio entre as pretensões distintivas de uma religião e as pressões para acomodação ao mercado.

## O poder das mídias

Além do seu papel em tais negociações, matizadas e estratificadas, entre religiões específicas e a esfera pública, as mídias definem a cultura em comum tanto por meio do entretenimento quanto do jornalismo. Por exemplo, particularmente as jornalísticas são a fonte principal dos fatos da vida nacional e global em base diária. Muito do que sabemos sobre o que está acontecendo – e na área da religião, sobre “nossas” religiões e as religiões “deles” – sabemos por causa das mídias. Elas também são vistas como as que têm o papel de avaliar as alegações de verdade das religiões e de outras instituições e tradições. Esse papel é problemático, claro, mas não deixa de ser aquele para o qual olhamos, particularmente em situações de conflito social e político.

Esse papel é enraizado em alguns fatos fundamentais das mídias e da era das mídias. Primeiro, a autonomia econômica delas apoia sua autonomia social, cultural e política em relação às religiões e ao Estado nacional e multinacional, bem como aos atores não estatais. Segundo, uma das funções básicas do jornalismo na tradição da imprensa anglo-americana é fornecer uma verificação sobre o poder de outras instituições sociais (principalmente as instituições do Estado). O poder das mídias é o poder da publicidade, que significa tornar público o que são arranjos privados e então expor corrupção, crimes e injusti-

ça. As mídias, portanto, têm um poder particular em relação à cultura e às práticas e instituições culturais. O poder da vigilância midiática também significa que já não se pode mais assumir que é possível ter uma conversa privada, seja global ou localmente.

## As mídias e o choque de civilizações

Os eventos de 11 de setembro renovaram as preocupações com um conflito global embasado na religião. O foco tem sido o Islã e o Ocidente, embora outras linhas de batalha sectárias também existam. Enquanto há forças certamente atuando nos mundos cristão e muçulmano que antecipam um violento confronto real em algum ponto no futuro, há razão para esperar que, na medida em que tal choque é provável, ele tenha lugar em formas outras que (ou além de) o confronto violento direto. Na verdade, há realmente um choque de culturas ao longo dessas linhas. Críticas salafistas<sup>2</sup> ao Ocidente, que são mais destacadamente articuladas por organizações como a Irmandade Muçulmana, focam nas práticas e produtos culturais. Críticas ocidentais do Islã, de forma similar, focam em produtos das culturas muçulmanas. Muito frequentemente, os artefatos culturais específicos e as práticas identificadas são aquelas mediadas.

No entanto, a mediação do conflito religioso é mais profunda do que a mera representação e crítica. Muitas vozes e forças religiosamente motivadas produzem de forma ativa mídias de vários tipos, as

---

<sup>2</sup> Nota da tradutora: O salafismo é um movimento reformista islâmico surgido no Egito no final do século XIX, conhecido como um período de renascimento cultural árabe. Há várias correntes no Islã identificadas com o movimento que têm em comum o desejo de restaurar um passado ideal, narrado num corpus de textos – a que se dá o nome de *sunna* ou “*adl*”.

quais são, então, implantadas nacional, regional e globalmente a serviço de certas ideias e compromissos. Enquanto corpos religiosos formais estão por trás de algumas delas, a vasta maioria é informal. O fato de a digitalização ter levado ao aumento da diversificação de canais e ao destacado papel das mídias sociais tornou possível às fontes de tais mídias serem radicalmente informais. Qualquer pessoa que deseje pode ter agora acesso a públicos globais para seus blogs, imagens e vídeos do YouTube. Gerações mais jovens são mais ativas em tais produções, e porque são mais propensas do que as mais velhas a questionar autoridades e fortes pretensões religiosas, essas produções tendem a mover-se nessa direção.

A vastidão das mídias digitais tem importantes implicações para a relativização da religião. A própria variedade de tais mídias significa que as vozes singulares que representam a doutrina e a tradição religiosa agora enfrentam uma infinidade de outras fontes de conhecimento, significado e defesa religiosa e espiritual. Na medida em que tais vozes são discursos dentro de amplas categorias (cristãos, muçulmanos, nova era, wicca, etc), elas também têm o potencial de refazer essas tradições. Seria demais sugerir que novas reformas estejam a caminho, mas é quase inevitável que essas tendências desafiem tradições religiosas.

### Algo novo está emergindo

Podemos ver o esboço de uma nova forma de compreender as questões mais amplas de secularização e a persistência da religião. Sim, sociedades hoje estão se secularizando de maneira significativa, e, ainda assim, a religião persiste. Em vez de pensar nessa situação como uma proposição “ou... ou...”, es-

tudiosos da religião hoje focam na questão de como as religiões estão mudando. A interação entre mídia e religião é uma dimensão importante disso. Vimos que a religião mudou as mídias e que as mídias mudaram e estão mudando a religião. Algo novo está emergindo. Se pensarmos nisso como *uma nova cultura da mídia religiosa* ou *uma nova cultura religiosa midiaticizada*, é necessária a atenção de estudiosos e líderes nos campos da mídia e da religião.

### Algumas implicações

**Para a ética nas mídias.** A crescente integração entre religião e mídia apresenta novos desafios importantes para a forma como temos pensado a ética nas mídias. Para uma extensão maior do que em outras áreas de prática profissional midiática, as mídias estão desempenhando um papel importante na formação e na evolução da religião, da espiritualidade e da crença e nas condições que levam à compreensão religiosa ou ao conflito religioso. As mídias não apenas cobrem ou transmitem religião ou ideias religiosas; na verdade, elas ajudam a dar forma à religião contemporânea. Convenções profissionais que enfatizam verdade e objetividade são, portanto, cada vez mais complexas e desafiadoras quando a religião é parte da história.

Para jornalistas, em particular, há a implicação ética de que a esfera midiática é cada vez mais o contexto em que lutas sectárias por poder, autoridade e alegações de verdade estão sendo travadas. O papel do jornalismo na cobertura e na avaliação dessas lutas religiosas é particularmente significativo porque a representação de crenças religiosas, práticas e ideias pode, às vezes, ser uma questão de vida

e morte. Ao mesmo tempo, o jornalismo não pode se esquivar de sua responsabilidade de se engajar na história da religião. À medida que seguimos adiante no novo século, a religião é por demais importante para ser ignorada.

**Para os estudiosos das mídias.** Estudiosos, pesquisadores e intelectuais públicos têm importantes papéis a desempenhar em ajudar sociedades e culturas a entenderem as realidades da vida contemporânea em mutação. As complexidades das relações entre religião e a mídia são, portanto, desafios específicos para eles também. Até certo ponto, pensadores no campo da religião se engajaram nessas questões em um grau maior do que o fizeram seus colegas no campo das mídias. Estudiosos das mídias tendem a subestimar a religião tanto por conta de razões teóricas quanto metodológicas. Teóricos das mídias tendem a aderir a uma definição bastante rigorosa de secularização. Muitas das pesquisas em mídia também estão comprometidas com abordagens metodológicas que são insuficientemente matizadas e suscetíveis para explorar completamente as complexidades dessas questões.

Felizmente a situação está mudando. Os estudos sobre mídia têm focado cada vez mais na cultura e na produção de cultura por meio das mídias, dando mais atenção às tendências na interação entre mídia e religião. Novas abordagens sobre pesquisa e crítica de mídia têm focado na produção de sentido por meio das mídias mais do que nos efeitos de mensagens específicas delas. Na era das mídias digitais e interativas e na era produtiva da Web 2.0, é impossível não atentar para as formas significativas que novas articulações de religião, espiritualidade e crença fa-



zem emergir e junto com elas as novas formas de articular importantes rituais, mitos e símbolos na vida contemporânea.

**Para a prática profissional.** Profissionais de mídia precisam desenvolver mais especialização em religião. A religião se tornou mais importante, não menos, e sua relação com outras dimensões da vida moderna é complexa. No mundo de hoje, a formulação clássica de Will Herberg<sup>3</sup>, que identifica as religiões com suas identidades históricas ou denominacionais, é excessivamente simplista. Ver a religião americana somente em termos de “protestantes, católicos e judeus” obscureceu as formas com as quais as religiões estão mudando e evoluindo mesmo no ponto central do século XX. E nas relações culturais globais de hoje, qualquer formulação que tente olhar apenas para um cenário nacional – mesmo um tão destacado como o dos Estados Unidos – é por demais estreita. As religiões hoje são tanto historicamente enraizadas quanto contemporaneamente fluidas. Elas são tanto instituição e doutrina, de um lado, e crença e prática, de outro. As questões não são mais como estas

---

<sup>3</sup> Nota da tradutora: Will Herberg (1901–1977) foi um intelectual judeu americano, nascido russo, teólogo do judaísmo, filósofo social e sociólogo da religião. Sua “clássica formulação” é um estudo de 1952, intitulado “Protestant, Catholic, Jew: an essay in American religious sociology” [*Protestantes, Católicos e Judeus: um ensaio em sociologia religiosa americana*], publicado em 1955 pela Editora Doubleday (Nova York). Herberg propunha que religião dizia respeito tanto à identidade como à fé, portanto não havia um caldeirão nacional único nos Estados Unidos, mas três (protestante, católico e judeu). Nesse sentido, as ondas de imigrantes tornaram-se integradas a uma comunidade social maior, “o American Way of Life”, que forneceu um sistema de valor global do qual as três principais denominações dos Estados Unidos tornaram-se subdivisões, distinguindo-se entre elas, mas não dividindo um núcleo comum enraizado na herança judaico-cristã.

podem estar em conformidade com aquelas, mas como a dialética entre elas é resultante das novas formas e realidades. E – ainda mais importante – o fato de a questão central hoje residir na natureza em mutação da religião em relação a outras dimensões da cultura e da sociedade significa que a *interação* das religiões com essas dimensões é uma parte significativa da história.

Jornalistas e outros profissionais das mídias precisam ser ainda mais sofisticados na compreensão da religião. Não apenas devem entender as religiões históricas em mais detalhes, mas devem também entender as religiões na medida em que se desenvolvem em novas formas e formatos. Eles necessitam conhecimento especializado das religiões em termos formais, bem como uma compreensão de que crença, espiritualidade e doutrina estão se tornando mais fluidas. Eles também precisam ser capazes de analisar as religiões a partir das dimensões não religiosas dos movimentos e tendências contemporâneos e interpretar a relação que se desenvolve entre elas.

Há algumas implicações específicas em tudo isso para a prática profissional nas mídias. Primeiramente, profissionais de mídia precisam focar na religião nos próprios termos dela. Por um lado, há a tendência de marginalizar e particularizar a religião. Ao pensar nela como inteiramente única, aceitando, pelo valor nominal, as suas alegações ao se referir a coisas fora do reino material, jornalistas podem deixar a religião nas margens e falhar em ver os caminhos nos quais ela participa em processos sociais, políticos e materiais mais amplos. Por outro lado, há uma tendência de reduzir a religião a um aspecto de outras coisas. É fácil pensar a religião em termos de poder, ou economia,

ou classe, ou política cultural, e perder a visão da natureza singular e particular da dimensão religiosa destes. Em vez disso, profissionais de mídia precisam tentar inserir a religião em seus próprios termos. Não é nem particular ou marginal que possa ser ignorada, nem fluida ou global que possa ser definida simplesmente em relação a outras dimensões sociais e culturais. O lugar da religião em tais relações será necessariamente sutil, complexo e matizado. Em alguns casos, ela ficará sozinha, em outros casos aparecerá disfarçada.

Ademais, profissionais de mídia precisam lembrar que nessa área, talvez mais do que em outras, eles mesmos são parte da história. As formas que eles escolhem para definir e representar a religião têm implicações reais para as religiões. Uma medida extra de cuidado é, portanto, justificada, não da forma tradicional do jornalismo que se esquia de cobrir religião, mas no sentido de que há uma compreensão das responsabilidades envolvidas.

Há, então, três dimensões do desafio para profissionais de mídia na medida em que olham para o mundo da religião. Primeiro, há cada vez mais necessidade de compreensões e interpretações sofisticadas do que são as religiões em seus próprios termos. As necessidades de públicos nacionais e globais informados demandam isso. Segundo, é preciso entender e interpretar as formas com as quais a religião interage com outras dimensões da vida social, política e cultural. A religião nem é irrelevante para essas coisas nem é inteiramente explicada por elas. Finalmente, é necessária uma compreensão mais ampla de como a religião e a mídia se influenciam mutuamente hoje. Não podemos entender completamente a religião sem entender as mídias, nem podemos entender completamente as mídias sem entender a religião.

A responsabilidade de desenvolver compreensões da relação entre mídia e religião mais profundas e mais extensas é algo que deveríamos partilhar na prática acadêmica e profissional no campo da religião, bem como no das mídias.