Midiatização da religião como experiência vivida

Ana Cassia Pandolfo Flores
Universidade Federal de Santa Maria

Palavras-chave: midiatização da religião; etnografia; leigo.

RESUMO EXPANDIDO

O artigo busca pensar o leigo católico como dinamizador do processo de midiatização da religião ao inserir-se de forma ativa e autônoma na internet como produtor de conteúdo religioso. Nesse sentido, objetiva-se pensar o conceito de midiatização como experiência vivida, tendo como centro da análise, não a mídia ou a religião, mas a pessoa do leigo, individuo iniciado e identificado com o catolicismo, mas que não faz parte de seu corpo de consagrados. Para tanto, buscamos fundamentação na etnografia como teoria e método, em sua interface com o campo da Comunicação. Sendo assim, a análise se dá a partir da observação empírica da atuação dos responsáveis pelo blog O Catequista, empreendimento criado e mantido por leigos católicos com uma proposta de catequese digital que une conteúdo doutrinário e humor.

Uma das perspectivas mais frequentes na pesquisa sobre mídia e religião é a da midiatização (CAMPBELL, 2016). Esse conceito tenta abarcar as modificações trazidas pela onipresença midiática nos processos comunicacionais e sociais de diferentes âmbitos da sociedade. Entendendo a mídia não apenas como o aparato tecnológico, mas como o conjunto de práticas socioculturais realizadas a partir, sobre e para além dos meios de comunicação (VERÓN,1997, p. 12), a midiatização chega a ser considerada como um novo modo de ser no mundo (GOMES, 2004).

Na atualidade, instituições e esferas sociais tornam-se cada vez mais dependentes da lógica da mídia, pois a mídia possui "um *modus operandi* próprio e características específicas capazes de influenciar outras instituições e a cultura da sociedade em geral, à medida em que estas se tornam dependentes dos recursos que ela controla e disponibiliza" (HJARVARD, 2014, p.36). A lógica da mídia não quer indicar a existência de uma única racionalidade global a reger todas as instâncias midiáticas, mas destacar que há regras formais e informais a operar de maneira institucional, estética e tecnológica os recursos materiais e simbólicos dos meios de comunicação.

Sendo assim, a midiatização é entendida como um processo de transformação social a longo prazo e a mídia, compreendida como um agente de mudança social e cultural. Ao falar sobre a midiatização da religião, Hjarvard (2014, p. 165) destaca que

além de ser estrutura fundamental para divulgação das crenças, a mídia modela a religião através de gêneros da cultura popular. Para o autor, tal processo é tão intenso que a religião perde relevância para a mídia em relação a comunicação das crenças religiosas e ao papel social de orientação moral e espiritual, além do senso de comunidade. Embora relevantes e de grande impacto para as pesquisas da área, estudos como o de Hjarvard, que partem da centralidade da mídia, apresentam tendências que limitam a análise.

Segundo Sbardelotto (2016, p.120-122), ao se estruturarem a partir de perspectivas que focam a dependência/subserviência da religião frente a mídia, ou vice-versa, e/ou a influência/prepotência de uma sobre a outra, tais pesquisas se limitam a reflexão sobre os efeitos midiáticos na religião ou sobre os usos religiosos da mídia. Diante disso, o mais interessante seria complexificar a análise e pensar as processualidades das articulações/hibridações/integrações entre mídia e religião (SBARDELOTTO, 2016, p.124), principalmente, através da ideia de espaços híbridos ou de interface, nos quais a prática digital religiosa é pensada em seus próprios termos (HOOVER e ECHCHAIBI, 2012, p.4). Apesar desses importantes avanços no entendimento do conceito de midiatização da religião, nos parece que tal aporte teórico privilegia a compreensão contextual de um metaprocesso de transformação social e não chega a fornecer subsídios mais concretos para a investigação do fenômeno midiático religioso sob a perspectiva das experiências dos sujeitos.

Se a midiatização é uma nova forma de ser no mundo, como pensá-la enquanto uma experiência vivida? Nesse sentido, acreditamos que a interface com a etnografia, principalmente em suas formulações em relação à pesquisa na e sobre a internet, se apresenta como promissora. A origem da etnografia está ligada ao relato dos viajantes que, ao passarem um determinado tempo convivendo com grupos geograficamente e culturalmente diferentes dos seus, escreviam narrativas sobre eles (TRAVANCAS, 2012, CAIAFA 2007). Ao ser incorporada pela tradição antropológica, a etnografia se constitui em um tipo de investigação e um gênero de escrita que se presta principalmente para investigações com objetivos de busca pela alteridade.

Na internet, o método etnográfico é adaptado no sentido de dar conta das especificidades do contexto digital e em rede, principalmente em relação às técnicas. Hine (2004, 2015) ao propor uma etnografia para a internet toma como ponto de partida a problematização da web e seu entendimento como cultura e artefato cultural. Quer dizer, a internet através de suas potencialidades de práticas e sociabilidades acrescenta significados e complexifica culturalmente as esferas sociais e grupos que nela transitam.

Ao mesmo tempo, a internet não se constitui em seus usos e potencialidades inerentes, mas adquire forma nos usos e nas percepções que se formam dela socialmente, a partir dos diferentes contextos em que ela é utilizada. Assim todas as posturas diante da internet são significativas e aceitáveis e a etnografia se mostra como adequada para entender o que as pessoas fazem com a internet e o que a internet se torna com esse uso. Mesmo que pelo emaranhado de conexões e pela fluidez da informação não seja possível compreender a prática de todos os usuários da internet, um etnógrafo pode compreender o que significa ser um usuário (HINE, 2004, p. 51).

No caso do estudo da midiatização da religião, mesmo que não seja possível analisar a prática de todos os leigos na web, a etnografia possibilita entender o que significa ser um leigo na internet. Dessa forma, a abordagem etnográfica da internet vai além de uma análise sobre a sua apropriação ou domesticação, pois pretende "olhar para como os membros de uma cultura específica estão, eles mesmos, lidando com esse ambiente de comunicação transformadora, como estão se encontrando nisso e como estão tentando moldá-lo" (MILLER e SLATER, 2000, p.1, tradução nossa). Conforme ressalta Hine (2015), a cotidianidade da internet possibilita que suas ferramentas e plataformas sejam cada vez menos perceptíveis enquanto infraestruturas e sua incorporação possibilita que as pessoas forjem perspectivas individualizadas sobre a rede, a partir dos links e sites específicos que seguem. Sendo assim, não existe apenas uma internet ou "a" internet. Ela torna-se diferente em cada plataforma e em cada incorporação cultural.

Diante disso, ao nos propormos pensar a midiatização como uma experiência vivida na atuação de leigos católicos na internet, entendemos ser possível falar sobre "a internet dos leigos", quer dizer, questões contextuais que parecem estruturar a vivência e as práticas dos leigos católicos que se propõe a manter empreendimentos sobre catolicismo na rede. Na análise da atuação do casal responsável pelo blog o Catequista, a abordagem etnográfica foi construída através de observações on-line, troca de e-mails e conversa presencial. As evidências aqui apresentadas são um recorte da pesquisa em nível de doutorado ainda em desenvolvimento. A escolha pelo blog se justifica tanto pelo alcance do projeto, que possui mais de 400 mil seguidores no Facebook, quanto pelo diferencial da proposta que une a discussão de assuntos doutrinários e morais com humor e as referências à cultura popular/midiática. Nesse contexto, a internet experimentada pelo casal de blogueiros ao desenvolverem seu projeto de catequese é marcada por questões de expertise, autoridade e disputas.

A internet dos leigos tem como característica a expertise de linguagens e assuntos. Ao proporem uma abordagem da fé que privilegia o jocoso e o popular, a busca por domínio das gramáticas da rede e dos assuntos do momento, traduzidos principalmente pelo do uso dos memes, é um dos pilares que estruturam a experiência da religião midiatizada desses leigos.

Da mesma forma, a busca por autoridade, expressa na necessidade de mostrar conhecimento sobre doutrina, tradição e moral católicas, através das constantes referências a documentos oficiais da Igreja ou a fala de papas e santos, também é uma das forças que atravessam a atuação dos blogueiros católicos. Outra característica dessa internet vivenciada pelos leigos são as constantes disputas entre esses fiéis e padres, entre leigos de diferentes vertentes do catolicismo e entre católicos e pessoas de outras crenças. Assim, nos parece que pensar a midiatização da religião com foco na atuação do leigo na internet se mostra como um viés de análise que colabora para o entendimento de como as articulações entre mídia e religião se tornam algo vivenciado pelas pessoas.