Categorias do simbólico nos ambientes de comunicação: dois estudos sobre religião

João Damásio da Silva Neto
Universidade Federal de Goiás

Palavras-chave: metodologia da comunicação; ambientes de comunicação; sistemas simbólicos; religião.

RESUMO EXPANDIDO

Este trabalho trata de uma questão de método a respeito da elaboração de categorias de análise em ambientes de comunicação entre sistemas simbólicos, aplicado empiricamente no campo de interface entre comunicação, mídia e religião. A proposição metodológica que se elabora problematiza a própria noção de sistemas simbólicos.

Contextualizaremos brevemente a discussão recente sobre o método de pesquisa em comunicação e as necessidades que justificam esta reflexão. Depois, especificaremos a noção de comunicação sobre a qual discutiremos os conceitos de ambiente, sistema e símbolo. Proporemos um modo de elaboração de categorias de análise tomando duas pesquisas empíricas por exemplos em que o símbolo organiza os ambientes e os sistemas. A questão, no escopo da teoria de sistemas sociais, é: De que modo é possível analisar os ambientes de comunicação sem torna-los sistemas?

O método de pesquisa em comunicação, sob os olhares que buscam a especificidade de seu conceito, é o primeiro ponto. Muitos autores brasileiros têm trabalhado esta perspectiva, tais como José Luiz Braga, Ciro Marcondes Filho, Signates (2009) e Sodré (2014).

O método, mais do que as nucleações teóricas, é chave para especificar uma ciência. Martin Jay (2008) historiografou a sociologia da primeira fase da Escola de Frankfurt não a partir de suas hipóteses, mas do desenvolvimento da imaginação dialética e da crítica radical como método próprio. Laplantine (1995, p. 16), na antropologia, observa que esta ciência "afirma a especificidade de sua prática, não mais através de um objeto empírico constituído (o selvagem, o camponês), mas através de uma abordagem epistemológica constituinte". Assim, é legítimo perceber a busca sobre o que constitui a imaginação comunicacional.

O conceito de comunicação, comumente difundido a pretexto do termo "meios de comunicação de massa", identificado com o abstrato da mídia, assume também, conforme Signates (2009), a centralidade das teorias de sociedade de Niklas Luhmann e

Jürgen Habermas. Apesar das várias nuances, diálogos e perspectivas diferentes (funcionalismo e crítica), em comum, os dois autores utilizam o conceito de sistema social em par teórico com a noção de ambiente. E é na relação entre sistema e ambiente que se encontra a comunicação.

Sem a pretensão sequer de resumir satisfatoriamente tais conceitos, é possível lançar mão do modo como deles se apropria aqui. A sociedade, entendida pela metáfora biológica e cibernética do "sistema", é entendida a partir de seu funcionamento próprio. Os sistemas sociais são, para Luhmann (1997), incomunicáveis, por possuírem lógicas autônomas de funcionamento que precisam se fechar em si mesmas para se manterem. Para um sistema social, os outros sistemas, as pessoas e a realidade que o cerca constituem o entorno ou ambiente do sistema. Para Habermas (2012), o sistema social faz par teórico com o mundo da vida. Nos dois casos, por nossa conta, se pode presumir que o ambiente (entorno ou mundo) do qual os autores tratam é a própria cultura, que traz o dinamismo para a lógica estrutural dos sistemas sociais.

Em Luhmann e Habermas, a comunicação centraliza a teoria social, mas no primeiro autor o que se destaca é a incomunicação e, no segundo, é a comunicação face-a-face da linguagem. Para além deles, Sodré (2014, p. 284) afirma que o aspecto de destaque da comunicação é o simbólico. Assim, a comunicação pode ser entendida como o processo cultural que aparece como central nas teorias sociais. É o aspecto da liminaridade entre os sistemas, que é identificado no próprio símbolo.

A proposição metodológica deste texto centra-se na identificação dos símbolos com os ambientes dos sistemas. Assim, de que modo é possível analisar os ambientes de comunicação sem torna-los sistemas? Se o sistema social é feito de comunicação, mas os sistemas são propriamente incomunicáveis, então a matéria prima para análise da comunicação entre eles é o símbolo que os vincula. "As coisas, as diferenças aproximam-se como entidades comunicantes porque se encadeiam no vínculo originário (uma marca de limites, equiparável ao sentido) estabelecido pelo *símbolo*" (Sodré, 2014, p. 15).

O símbolo estabelece a comunicação na incerteza estrutural dos sistemas sociais. Se os sistemas simbólicos são "estruturas estruturantes" (Bourdieu, 2009), é o caráter estruturante do símbolo que nos permite formular categorias de análise dos ambientes nos quais as estruturas (ou sistemas) se impõem. Veremos esta hipótese metodológica pragmaticamente em dois estudos empíricos sobre comunicação, mídia e religião:

O primeiro caso, remontando à dissertação de mestrado do autor (SILVA NETO, 2016), parte da realidade simbólica de uma cidade do interior goiano, Palmelo,

amplamente conhecida como "cidade espírita", para averiguar até que ponto os sistemas simbólicos da cidade e da religião se comunicam. Metodologicamente, identificamos que o tipo de símbolo em jogo nessa comunicação é identitário. A identidade religiosa espírita centraliza as relações de comunicação entre o sistema citadino e o religioso. Em nosso caso, recorremos a Maurice Godelier (2012) quando afirma que há três modos de entender a dinâmica e os limites dos conflitos identitários: a sociedade, a comunidade e a cultura.

Com a teoria de sistemas sociais, esses "modos de entender" tornaram-se três ambientes de comunicação. Descrevendo as relações identitárias nesses três ambientes, foi possível, por exemplo, considerar que o vínculo proporcionado pela identidade espírita em Palmelo é 1) societária e demograficamente frágil, apesar de presente em instrumentos legislativos, sobretudo porque o perfil do espírita palmelino difere do espírita brasileiro; 2) comunitariamente tensionado, marcado por negociações simbólicas e exegeses entre as instituições religiosas e internamente no próprio movimento espírita, mas com aberturas a outros aspectos específicos ao local; e 3) culturalmente fortes pelo mito fundador e pela ação recursiva dos atores sociais, mas relativamente deficientes em relação às heranças e aos patrimônios culturais.

O segundo caso é um estudo conjunto em andamento sobre uma igreja renovada de matriz presbiteriana que surgiu em Anápolis (GO), a *Church in Connection*. O termo dúbio da "igreja em conexão" revela tanto a conexão com Deus quanto aquela dos dispositivos técnico-informacionais. Trata-se de uma questão performática: de que modo se configura a relação entre a mídia e a religião neste tipo de "igreja em conexão"?

São muitos os detalhes e especificidades a considerar, mas pode-se resumir que se o tipo de símbolo é a performance do fiel em conexão, seus ambientes de comunicação podem ser os elementos de análise da performance. Conforme Camargo (2016), a performance cultural é uma metodologia de análise especialmente comparativa, entre a espacialidade, a temporalidade e, primordialmente, a experiência. Estes três podem servir como ambientes de comunicação.

A análise do ambiente de comunicação da espacialidade apresenta a conexão localizada do fiel, do pastor e da igreja por meio das mídias locativas, como o Periscope. A presença de todos estes atores é constante e localizada precisamente por meio virtual. O ambiente de comunicação da temporalidade mostra que estar "em conexão" é também estar em processo, em uma lógica de atualização constante. E o ambiente de comunicação da experiência é a mobilidade da igreja, cujo sagrado definitivamente não está apenas no templo, mas acompanha o fiel pelo smartphone.

Finalmente, acreditamos que, por meio de uma tipificação do símbolo interessante à análise, é possível categorizar os ambientes de comunicação na relação entre dois sistemas simbólicos. No primeiro caso, o símbolo identitário permitiu categorizar três ambientes de comunicação entre a cidade e a religião (sociedade, comunidade e cultura). No segundo caso, o símbolo performático permitiu categorizar outros três ambientes de comunicação entre a mídia e a religião (espaço, tempo e experiência). Assim é que se torna possível reclamar a centralidade do símbolo para criar categorias de análise nos ambientes de comunicação.

O caminho seguido, tomando a centralidade do símbolo para os termos da análise, nos coloca uma questão futura: o conceito de sistema simbólico, conforme as formulações atuais (consideramos principalmente a noção de estrutura estruturante de Bourdieu, 2009), são adequadas ao método da comunicação? A noção sociológica de sistema social diz muito sobre a incomunicabilidade e a noção antropológica de símbolo diz a respeito do muito que se comunica. Até que ponto temos uma noção de sistema simbólico que expõe os ambientes de comunicação?

Referências

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Introdução, organização e seleção Sérgio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2009.

GODELIER, Maurice. **Comunidade, sociedade, cultura**: Três modos de compreender as identidades em conflito. Trad. Mariana Portella. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2012.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do agir comunicativo**: racionalidade da ação e racionalização social. Trad. Paulo Astor Soethe. Rev. da Trad. Flávio Bento Siebeneicher. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

JAY, Martin. **A imaginação dialética**: a história da Escola de Frankfurt e do Instituto de Pesquisas Sociais – 1923-1950. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

LAPLANTINE, François. **Aprender antropologia**. Trad. Marie-Agnès Chauvel. São Paulo: Brasiliense, 1995.

LUHMANN, Niklas. **A nova teoria dos sistemas**. Trad. Eva Machado Barbosa Samios. Porto Alegre: UFRGS, Goethe – Institut/ICBA, 1997.

SIGNATES, Luiz. **A sombra e o avesso da luz**: Habermas e a comunicação social. Goiânia: Kelps, 2009.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.