Consumo religioso em tempos de midiatização: o "Netflix *Gospel*"

Bianca de Freitas Juliano Maranhão[1]

Palavras-chave*:* midiatização; consumo; religião.

RESUMO EXPANDIDO

Um dos principais fenômenos que caracterizam a sociedade contemporânea é o processo de midiatização, que, apesar de complexo e ainda recente, pouco a pouco revela suas formas, cores e sabores. Entretanto, compreender o conceito e perceber suas implicações exige um olhar amplo e acurado, que vá além de apenas enxergar o homem contemporâneo como um sujeito cada vez mais dependente dos instrumentos da mídia.

Nesse sentido, são diversos os autores que auxiliam na compreensão do processo de midiatização, como Sodré (2002), que apresenta a ideia do *bios midiático*, ou seja, uma nova forma de vida estruturada e agendada[2] pela mídia. Há também a argumentação de Gomes (2007), que fala de uma nova "ecologia comunicacional", um novo modo de ser num mundo "glo(tri)balizado".

Tratam-se de conceitos cujas bases encontram respaldo nos estudos de Marshall McLuhan (2007) e Régis Debray (1991), que defendem que o uso crescente e contínuo de determinada ferramenta termina por imprimir no intelecto humano lógicas e sentidos próprios da dinâmica de uso dessa ferramenta, modificando, assim, a maneira como o homem percebe o mundo a sua volta e se relaciona com ele. Como argumenta Debray (1991, p. 239), "o homem alinha sua cultura consoante suas máquinas".

Assim, as ideias desses autores, colaboram para compreender o processo de midiatização como o desenvolvimento de uma forma de vida cujas estruturas e moldes se configuram à maneira da mídia. Ou seja, parte-se do pressuposto de que as mudanças provocadas pelos *médiums* da contemporaneidade trouxeram consigo novas

[1] Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propagada, pela UFG-GO, Mestre em Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação, UFG-GO, e Professora no Uni-Anhanguera (Centro Universitário Goiás).

[2] Sodré (2002, p. 27) aplica o conceito de *agenda setting* tão explorado nos estudos de jornalismo. Sobre a terminologia, ele explica que "agendar é organizar a pauta de assuntos suscetíveis de serem levados em conta individual ou coletivamente". Em se tratando de midiatização, o autor defende que a mídia estrutura percepções e cognições, influencia na construção de afetos, significados, costumes etc. Isso, para Sodré, é uma forma de agendamento, pois é a partir do direcionamento e também dos *filtros* midiáticos que o homem se porta no mundo.

possibilidades e experiências humanas, novos tipos de relacionamento, novas dinâmicas de trocas culturais, novos intercâmbios e interações sociais e, sobretudo, novos sentidos.

Sob essa perspectiva, é possível debater a midiatização analisando um de seus mais intrigantes desdobramentos: a midiatização da religião. E, com uma visão semelhante à que introduziu este texto, compreender esse processo não significa apenas detectar o uso cada vez maior que as instituições religiosas fazem de recursos midiáticos (MARTÍN-BARBERO, 1995). Também não se restringe à crescente presença de temáticas religiosas no contexto secular da mídia, como apontado por Hjarvard (2008, p.9).

Trata-se das novas experiências e práticas religiosas que são configuradas a partir das dinâmicas, sistemas e lógicas midiáticas. Um processo que, como indicou Gomes (2010), resulta em um novo tipo de participação, um novo tipo de presença, um novo modo de se fazer religião, pertencer à religião. Novos tipos e modos que ainda não estão claramente definidos, mas que já trazem consigo consideráveis ressignificações, especialmente no que diz respeito a noções de autoridade e referenciais absolutos.

Convém ressaltar que tais manifestações ganham especiais contornos a partir da concepção de modernidade líquida defendida por Bauman (2001). Dentre as diversas características apontadas pelo autor, destaca-se a emergência do indivíduo enquanto sujeito autônomo e senhor de suas escolhas: "O que costumava ser considerado uma tarefa para a razão humana, foi fragmentado ("individualizado"), atribuído às vísceras e energia individuais e deixado à administração dos indivíduos e seus recursos" (BAUMAN, 2001, p. 41). E essa autonomia passa a ser vista, também, na vivência religiosa.

Por fim, vale considerar um ponto defendido por Martino (2012), que, para fins deste estudo, se revela ainda mais significativo. Segundo o autor, com o processo de secularização do mundo, entendido como a "progressiva perda de importância da religião como ator privilegiado no espaço público" (MARTINO, 2012, p.116), houve uma ressignificação do sagrado, e esse passou a se apresentar cada vez mais "misturado" ao profano.

Dessa forma, faz mais sentido para o religioso da era da midiatização encontrar elementos religiosos em seu contexto de trabalho, em suas reuniões sociais, em suas atividades de lazer e entretenimento (etc.), do que ter sua vivência religiosa restrita somente aos locais de culto.

São prerrogativas que parecem encontrar ressonância no recém-lançado Univer[3], serviço de *streaming*[4] de TV que está sendo chamado de "Netflix Gospel" (FOLHA DE SÃO PAULO, 2014). De propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), a novidade segue os mesmos moldes da principal marca mundial de entretenimento via *streaming*, dando ao usuário acesso a séries, filmes e desenhos, todos, no entanto, de cunho cristão. Há, também, palestras sobre sucesso no mundo dos negócios e transmissões ao vivo de eventos realizados no Templo de Salomão (sede da IURD), serviço, aliás, que diferencia a versão *gospel* do modelo original, uma vez que o Netflix não faz transmissões ao vivo (ainda).

O presente estudo, então, se propõe a analisar a plataforma Univer como reflexo do processo de midiatização da sociedade e, consequentemente, da religião. Por meio de revisão bibliográfica e estudo exploratório simplificado, busca-se investigar os elementos dessa plataforma de entretenimento e as novas possibilidades de consumo religioso que surgem nesse contexto. Parte dos pontos observados encontram-se a seguir.

Resultados encontrados

De início, vale ressaltar que a nova plataforma mantida pela IURD não constitui uma versão *streaming* de igreja (se é que já se pode falar em algo do tipo), pois o próprio Univer se define como uma plataforma de entretenimento cristão. E, tal como sua fonte de inspiração, a nova criação de Edir Macedo permite ao assinante escolher o que quiser assistir – se filme, seriado, desenho, entre outros – no momento em que quiser, na quantidade que quiser e, também, da forma que quiser – vendo todo o conteúdo escolhido de uma só vez, diluindo em partes, interrompendo quando bem entender etc. É o consumo de vídeo (e conteúdo) sob demanda, tão crescente nos tempos atuais.

Entretanto, apesar do posicionamento assumido pelo Univer, uma vez que a igreja transmite seus eventos ao vivo ao usuário, de certa maneira, possibilita-se que esse indivíduo participe dos encontros, serviços religiosos e ritos sagrados promovidos pela instituição. Assim, não se pode falar apenas em uma ferramenta de lazer, uma vez que há elementos característicos de uma intermediação da experiência religiosa. Outro ponto que sustenta essa argumentação é um trecho do texto que acompanha a mensagem de boas-

[3] https://www.univerparacrer.com/

[4] "A tecnologia *streaming* é uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes. Por meio do serviço, é possível assistir a filmes ou escutar música sem a necessidade de fazer *download*, o que torna mais rápido o acesso aos conteúdos *online*" (COUTINHO, 2014).

vindas enviada ao novo usuário por e-mail: “A partir de agora, você pode desfrutar dos melhores conteúdos voltados para o seu lazer e para **edificar a sua fé**” (grifo da autora deste texto). Veja imagem abaixo:



Figura 1: Peça de e-mail marketing enviada ao novo usuário do Univer. Fonte: Arquivo pessoal da autora deste texto. Material enviado pelo Univer.

Por outro lado, a dinâmica de serviço proporcionada pelo site parece corroborar a reflexão levantada por Gomes (2010), que identifica as novas possibilidades de consumo religioso como típicas de um consumo *à la carte*, por vezes, solitário, descompromissado, que aponta para um novo tipo de vivência e pertença religiosa. Então, se num dado momento, o usuário do Univer estiver acompanhando um culto da IURD e não estiver se identificando com o repertório musical daquele encontro, ele pode interromper aquela transmissão e migrar para algum DVD *gospel* disponível a poucos ícones dali.

Além disso, não há necessidade de o indivíduo deslocar-se para o local onde está sendo realizado o culto, se integrando a uma manifestação coletiva. Também não é preciso que ele se envolva em uma comunidade religiosa, cumpra protocolos, se comprometa com a entrega do dízimo etc. Ou seja, o próprio sujeito administra os recursos que estão a sua disposição, como identificado por Bauman (2001, p.41), sem, necessariamente, estabelecer vínculos.

Entretanto, é possível notar indícios de que há, por parte da igreja, intenção de minimizar o distanciamento característico desse tipo de intermediação. Assim que o

usuário realiza seu cadastro como assinante do serviço, por exemplo, a primeira mensagem que aparece é: "Parabéns. Você faz parte da família Univer. Vamos criar seu perfil?". Abordagem semelhante encontra-se no e-mail marketing citado há pouco.

Deve-se observar, porém, que há certos limites para a autonomia dada ao assinante do Univer, no que diz respeito à configuração do produto religioso que ali é consumido. Também vale perceber que, apesar de se tratar de um contexto profano – o meio TV –, todo o serviço de *streaming* da IURD é perpassado por conteúdo religioso, o que, também, estabelece algumas restrições. Essas e outras questões serão tratadas na versão completa deste estudo.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Tradução: Plínio Dentzien. 1ª edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

COUTINHO, Mariana. Saiba mais sobre streaming, a tecnologia que se popularizou na web 2.0. **Techtudo**, 2014. Disponível em: http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html. Último acesso em: 1 out. 2016.

DEBRAY, Régis. **Curso de midiologia geral.** Petrópolis: Vozes, 1993.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Edir Macedo lança 'Netflix gospel' da Igreja Universal do Reino de Deus**. Maio de 2016. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/05/1770211-edir-macedo-lanca-netflix-gospel-da-igreja-universal-do-reino-de-deus.shtml. Último acesso em: 1 out. 2016.

GOMES, Pedro Gilberto. **Da Igreja eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010.

_____. **O processo de midiatização da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2007. Disponível em: https://rolandoperez.files.wordpress.com/2009/02/midiatizacao-da-sociedade-pedro-gilberto-gomez.pdf Último acesso em: 1 out. 2016.

HJARVARD, Stig. The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. **Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook**, v. 6, n. 1, p. 9-26, jun. 2008.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Secularización, Desencanto y Reencantamiento Massmediatico. **Diálogos de la Comunicación**, Lima, n. 41, p. 71-81, mar. 1995.

MARTINO, Luis Mauro Sá. A religião midiatizada nas fronteiras entre público e privado: uma abordagem teóricocrítica. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 26, p. 111-122, 2012.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 2007.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.