



Revista FAMECOS: mídia, cultura e  
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio  
Grande do Sul  
Brasil

Fausto Neto, Antônio

(...) "Nada tira, nada envolve, nada completa" Leituras em recepção do discurso midiático  
religioso

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 36, agosto, 2008, pp. 98-104

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550192013>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

# (...) “Nada tira, nada envolve, nada completa” Leituras em recepção do discurso midiático religioso\*

## RESUMO

Examina-se aspectos do funcionamento da midiatização do telediscocurso religioso no Brasil, a partir de sua apropriação por telefiéis (católicos e evangélicos), mediante estratégias discursivas. Chama-se atenção para novas formas de relações entre atores sociais e práticas midiáticas, destacando-se operações, texto e representações que estes sujeitos realizam para construir seus vínculos com o funcionamento de uma nova modalidade de fazer religião, no contexto da midiatização das práticas sociais.

## PALAVRAS-CHAVE

estratégias  
apropriação  
discursos telerreligiosos

## ABSTRACT

*The functional aspects of mediatization of religious television discourses mediatization in Brazil are examined from its appropriation by television viewers believers (Catholics and Protestants), through discursive strategies. New connections between social actors and mediatic practices attract attention, with the preminence of operations, text and representations that these subjects make to build their links with the functioning of a new way of making religion, in the context mediatization of social practices.*

## KEY WORDS

strategies  
appropriation  
television-religious discourses

## Considerações introdutórias

Os comentários aqui relatados estão situados no âmbito de pesquisa realizada sobre as manifestações dos processos midiáticos na construção de novas religiosidades no Brasil. Considerando-se o ambiente da midiatização e o funcionamento de suas operações em diferentes práticas dos campos sociais, levou-se em conta duas dimensões: as estratégias desenvolvidas por instituições religiosas, via redes de televisão, apropriando-se de operações midiáticas como referência para construção destes novos modos de “fazer religião”<sup>1</sup>. Também as estratégias desenvolvidas por telefiéis, segundo operações discursivas através das quais se instauram novos vínculos com a esfera dos discursos telerreligiosos<sup>2</sup>. São operações textuais desenvolvidas segundo gramáticas de reconhecimento e mediante “saberes laterais”, que não só estabelecem os “pontos de articulação” entre produtores e receptores desta modalidade de discurso, mas também a própria existência da recepção no âmbito do discurso religioso, enquanto “discurso leitor”.

Tendo como referência complexos fluxos de interação que acontecem no ambiente da midiatização, que produzem diferentes formas de afetações entre campos e os atores sociais<sup>3</sup>, considerou-se três aspectos sobre os quais a recepção produz suas leituras: as operações que fazem junto à matéria significante; os textos resultantes destas operações, revelados de modo oral no âmbito de entrevistas e conversações; e as associações e representações resultantes destes modos de formular seus vínculos com as emissões ofertadas.

Para tanto, a “escuta” dos receptores se deu no contexto de conversações, realizadas numa temporalidade distinta daquela em que se deram os seus contatos com as emissões, no caso, o tempo da própria pesquisa. Estruturados a partir de indução que a pesquisa estimulou, visando a escuta dos telefiéis para falar sobre suas relações com os discursos em ofertas, o encontro entre pesquisador/informante se deu, consequentemente, num outro registro de tempo. Produziu-se, nele, a emergência de um outro texto e que certamente não se trata daquele que se originou no encontro que eles (os receptores) estabeleceram com as emissões. Deles separados por dias ou meses, atualizam nesse momento a sua experiência com o discurso religioso, na forma de outros textos.

## A recepção: estudos em “terceiro estágio”?

Possivelmente, tais reflexões se situam em novos contextos permeados pela passagem da “sociedade dos meios” para o da “sociedade midiatizada”, na qual uma soma de fatores transforma o *status* das mídias, conver-

## Antônio Fausto Neto

Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos/RS/BR  
fausto@unisinos.br

tendo-os em atores; alteram substancialmente as práticas discursivas; ensejam novos formatos de interações, redefinem perfis de produtores e receptores, além dos mecanismos que regem suas relações.

Observa-se a emergência de novas modalidades de "contratos de leituras" entre mídia e leitores, em função de fatores que reconfiguram o *status* e os "modos de agir" de um e de outro, e a relação que se estabelece entre eles (Fausto Neto, 2007). Tais mutações produzem questionamentos nos modelos sobre os quais se apóiam os processos de observação sobre as relações entre mídias e receptores. No lugar das certezas, surgem novas conjecturas, e perguntas são lançadas em meio às hipóteses sobre o *status* da recepção. O que é, finalmente, este lugar? "Receptores, públicos, audiências, onde estão, quem são, como conceitualizá-los para identificá-los e compreende-los melhor"? (Verón, 2001, p. 02).

Tais mutações nos processos, objetos, linguagens e discursos, incidem também nos modos através dos quais as pesquisas lidam com seus problemas. Se produtores e receptores se vêem atravessados por dinâmicas complexas inerentes às suas estratégias, outros desafios já se colocam para a tarefa da pesquisa. Especialmente quando objetiva descrever o funcionamento da interação de produtores\receptores que, como se sabe, é produzida em uma outra temporalidade. Como recuperá-la no contexto de um "terceiro tempo" – o da pesquisa? Tal interrogação deve levar em conta pelo menos três atividades discursivas: em produção, em recepção e da pesquisa. Também dois "regimes relacionais", dinâmicas que impõem duas "zonas de contatos", com seus respectivos tempos distintos: o que reúne produtores/receptores e outro que envolve receptores/pesquisa. São níveis de contatos, estes, atravessados inevitavelmente, por várias defasagens.

Tais diferenças apontam para dupla problemática: a primeira, caracterizada pela defasagem (produção e recepção; recepção/pesquisa), considerando as condições sobre as quais se tecem os processos discursivos, em cada um destes âmbitos. A segunda, indicando a circulação como espécie de uma "nova zona de contato" entre produção-recepção e recepção/pesquisa, constituída por co-enunciations e interdiscursividades, cujos efeitos transformariam "fronteiras enunciativas" em "zonas de transformação" (Culioli, 1990). Esta é uma problemática que interessa ao trabalho simbólico estruturado em torno de fronteiras discursivas entre si, cujos contratos e ofertas somente podem se fazer na forma de textos e através de estratégias. Tais contatos só geram sentidos quando colocados em funcionamento por atos que redesenham as fronteiras, que deixam de ser "zonas de contatos" para serem convertidas em "zonas de transformação". É no âmbito deste território, o da circulação – marcado por indeterminações e por dinâmicas complexas – que são gerados sentidos não sabidos, previamente.

O objeto aqui em estudo, é um exemplo destes desafios aqui apontados.

Vimos que as estratégias telemidiáticas religiosas em produção, chamaram atenção para uma complexa paisagem de uma nova realidade tecno-discursiva, sobre a qual se alicerça o funcionamento das práticas religiosas. Indicam um novo tipo de discurso religioso, no qual as condições de funcionamento do crer estão fundadas em operações de experimentação do *ver*, do *sentir* e do *tocar*. Esta nova "estratégia de contato" entre instituições e fiéis é fundada numa ritualização que se estrutura em torno de dispositivos sócio-técnicos, fazendo emergir uma nova prática religiosa envolvendo efeitos de operações de linguagens, segundo a *imposição* de novas formas de um crer, sustentada em uma nova forma de agir do discurso religioso de acordo com um peculiar "regime de crença" (Certeau, 1981, p. 08). Este regime, ao articular co-enunciations, instala novo modo de crença pelo qual "cremos naquele que descreve, narra, toma a palavra como nós, que tem nosso modo de contar ou, seguramente, também, aquele que tem o nosso modo de desejar" (Carlón, 2004, p. 65).

A elaboração dos receptores, que obedece às orientações de outra gramática, somente poderiam ser ativadas na temporalidade da pesquisa, através de enunciations que se fazem no regime temporal da pesquisa acadêmica. Ao *induzir* e estimular a explicitação das conversações dos receptores, sobre seus vínculos com as tele-ofertas religiosas, estamos no interior de remissividades discursivas. É a partir destas operações originadas dos textos que permitem compreender o trabalho de contato com as emissões. Assim, pelo menos quatro seqüências de textos articulam-se em seus respectivos tempos: o dos produtores e suas rationalidades; o dos receptores e seus postulados; os textos que instituem entre eles produtores e receptores; e, finalmente o suscitado no contexto da pesquisa. É diante destes inevitáveis desajustes de estratégias de sentidos que os receptores indicam as configurações de contatos e de suas apropriações dos discursos religiosos midiáticos, a partir de um trabalho de individualização dos sentidos (Verón, 1999, p. 20).

### **Construindo Lugar e autoria da conversação**

Visando a constituição deste espaço de conversação, trabalhou-se com duas referências: os elementos relacionados com dimensão sócio-situacional que informariam sobre o universo dos telefiéis e que remeteriam à problemática sócio-simbólica, propriamente dita. A primeira cuidaria de explicar as "macro-condições de acesso aos dispositivos e as mensagens por eles ofertadas". A segunda ajudaria a descrever os processos através dos quais os indivíduos lidariam com operações de sentido, a partir de suas biografias, sistemas de crenças, capital simbólico, etc.

Levamos em consideração a existência de dois coletivos (católicos e evangélicos) homens e mulheres situados no "mercado de fiéis", segundo informações censitárias.

Considerou-se também a constituição do universo e

seu lugar, enquanto um “mercado discursivo”, através da qual sinalizavam a existência destes sujeitos. Elege-se homens e mulheres, que trouxessem em sua biografia, algum registro sobre seus vínculos com o objeto televisão, através dos programas telereligiosos. Evidente que estas escolhas não são puras, pois os indivíduos trazem marcas heterogêneas e que se incidem nas suas relações com as práticas telereligiosas.

Foram “convidadas” 29 pessoas – 10 homens e 19 mulheres, sendo deste conjunto 6 homens e 4 mulheres evangélicas, e 4 homens e 15 mulheres católicas, num âmbito de municípios da Grande Porto Alegre, ou de cidades vizinhas<sup>4</sup>. A constituição e acesso ao grupo se deram através de informantes, de contatos comunitários ou de referências pessoais e/ou referências institucionais, além de contatos feitos por membros da equipe da pesquisa. A todos foi exposta a intenção de um encontro de discussão com membros da equipe e com outras pessoas a serem convidadas, enquanto praticantes das mesmas confissões. As reuniões foram realizadas em ambientes religiosos ou domésticos e tiveram a duração de, no máximo, três horas cada uma. As pessoas presentes foram convidadas a falar e discutir sobre suas experiências enquanto receptores dos “programas religiosos”<sup>5</sup>. Foram constituídos oito grupos, sendo: três evangélicos (Novo Hamburgo, Estrela e Cachoeirinha) e cinco católicos (dois em Porto Alegre, um em São Leopoldo, um em Santo Antônio da Patrulha, e um em Caxias do Sul). Todos os grupos foram formados por pessoas da mesma denominação, e uma vez sondadas sobre a possibilidade de encontros com pessoas de outra religião, seus integrantes declinaram esta possibilidade, de modo amável. Para constituição dos grupos, foram recuperados dados quantitativos e qualitativos que indicam o perfil do mercado de fiéis (católicos e protestantes)<sup>6</sup>.

Parecem-nos fundamental favorecer a existência de uma estrutura de produção de enunciações que desse conta da recuperação de discursos que trouxessem marcas de produção de sentido. Nestas condições, priorizou-se falas individuais ainda que no contexto de grupo, levando-se em conta que os indivíduos se movem singularmente no âmbito de coletivos (redes, grupos de interesses), e que os mesmos têm suas estruturações a partir de processos que são dinamizados por discursos de cada um. Tais situações são efetivadas pela construção e ocorrência de enunciações, pela produção de conversações que, emanando de registros individuais, podem aludir à suposta existência de “sujeitos coletivos”, uma realidade, contudo, difícil de ser encontrável (Dayan, 1998).

Apesar de “instalado” em redes e em contratos que o transforma em coletivos, o indivíduo distingue-se apesar dos outros. E por isso é que ele se constitui na unidade de análise. Apesar de estar no coletivo, sua enunciação se singulariza, pois nenhum outro pode dizer por ele.

As análises das estratégias em produção fizeram emergir interrogações acerca das maneiras de “fazer crer”, referidas pelos receptores em suas biografias, ou seja, como lidariam com os arranjos destas novas operações de produção e funcionamento da crença, distintos de processos convencionais? Como sinalizariam mediante operações de sentidos, as relações deste novo ‘regime de crença’ sobre as convicções por eles adquiridas sobre um modo de ser do discurso religioso?

### **Configurações de Leituras**

De forma resumida, indicaremos algumas estratégias de apropriação e algumas características que apresentam os modos através dos quais estes dois universos de “telefíeis” – católicos e evangélicos – realizam, segundo operações discursivas, vínculos de contatos com esta nova modalidade de discurso religioso. Os discursos foram produzidos no contexto dos grupos ouvidos. Feze-se a extração de fragmentos e que está identificada pela natureza confessional, a localidade da entrevista e um número que é atribuído ao sujeito que, no interior do grupo, enunciou o fragmento em citação.

#### **a. Estratégias dos Evangélicos: aceitação contraditória**

Os telefíeis fazem “construções híbridas” acerca da forma das tele-emissões. Aceitam a veiculação do discurso religioso, via procedimentos de midiatisação, “mas é muito espiritismo, muito show, show da fé (...) acho que eles fazem mais o show da palavra do que evangelizar as pessoas. Não gosto muito quando fazem aquela coisa assim, o show dos milagres (...) acho que muitos destes milagres que vai ao vivo é comprado” (Novo Hamburgo, D1).

Concordam, em termos com os gêneros, uma vez que os mesmos estariam disseminados entre televisões temáticas, mas apontam, com base na matriz do discurso religioso tradicional, a manifestação de desvirtuamento, quando “o conteúdo cede à fórmula”. Entretanto, está na forma a capacidade da estratégia em se vincular com a recepção. E neste caso, apontam como positiva as formas de interação propostas pelo contrato de leitura: “nós podemos participar do programa, podemos enviar cartas, se nós queremos telefonar, porque muitas pessoas até na hora da oração são curadas e elas telefonam lá e a gente pode ouvir as pessoas falando no telefone, e a gente pode ouvir os testemunhos. Isso tem que acontecer. Se isso não acontecesse tu acha que eu me interessaria num programa que nada aconteceria, não teria graça?” (Estrela, D2). Registra-se o conhecimento que têm acerca do modelo de estratégia, sinalizando o acompanhamento do seu desenvolvimento, identificando as possibilidades de acesso à emissão e avaliando a pertinência da mesma se constituir num vínculo mais efetivo entre produção e recepção. Ou seja, existe um nível de conhecimento acerca da cultura midiática, especialmente de suas operações em produção. Também chama-se atenção para a importância do dispositivo como nova possibilidade de acesso e funcionamento do

discurso religioso: "Eu acho que a melhor coisa que a TV fez até hoje para a humanidade é este espaço para falar das causas de Deus, né, dar uma orientação especial para muitas pessoas. (...) Tem muitas pessoas que estavam a ponto de se suicidar, cometer o suicídio de madrugada. Deus permitiu que aquela pessoa ligasse a televisão, naquele momento em que tivesse uma pessoa, do lado de lá do programa, e usar até uma pessoa para evitar (...) Queira ou não, a TV dos evangélicos passa o que é o amor." (Cachoeirinha, D3). Enfatiza-se, além da existência do dispositivo – "é muito bom 'programas de Igreja' na vida da gente" – e do seu formato – as estruturas de contato. Estas possibilitam certo tipo de escuta e de atenção, que se traduz num peculiar tipo de "serviço espiritual" e o qual segundo, suas modalidades de interações está voltado para monitorações de aconselhamentos. Mas não existe uma compreensão unânime entre os evangélicos sobre a pertinência desta modalidade de midiatisação do discurso religioso, na medida em que subsiste uma crítica explícita à forma, por exemplo, sobre a maneira como o testemunho é televisado. Este formato "pode ter um pingo de veracidade, mas não é totalidade. Não existe mágica (...) estão enganando as pessoas usando a palavras" (Novo Hamburgo, D4). Percebe-se, além da dimensão avaliativa sobre a estratégia, crítica sobre uma determinada estratégia evangélica ao subordinar o dispositivo clássico de sua transmissão – a palavra – às operações híbridas assentadas nos "valores midiáticos": "às vezes me provoca a ira, sabe, gente vendo estes atos de Jesus, por aqui fazendo a cura (...) você assiste um programa que vê assim a forma escancarada e é tudo que é forma, NE, consegue iludir aqueles que estão lá e consegue iludir aquela platéia, a maioria de pessoas humildes. Aí eles falam para iludir as pessoas, é tudo coisas compradas, né, que eles falam e dão logo o endereço para mandar dinheiro" (NH, D4).

Nestes fragmentos de textos, observa-se que os receptores se contatam através de várias modalidades com as emissões, constituindo-se em atores do seu consumo, mas também adotando um lugar de observação restritiva acerca delas. Claro que os programas lhes afetam, algo que é manifestado pelas operações textuais e também pelas representações que fazem destes discursos, ao considerar importante as possibilidades de interação. Mas segundo eles, também desvirtuam os fundamentos de um discurso e as modalidades 'clássicas' de transmissão da estratégia discursiva protestante. Há uma relação de acesso, mas de caráter restritivo.

### b. Estratégias dos Católicos: atitudes adversativas

As estratégias católicas parecem ser mais "panorâmicas", acerca dos modos de constituir o vínculo com o lugar das emissões. Destaca-se nele na existência de um receptor temático, que parte dos conteúdos: "acho muito importante para evangelização a televisão. Elabora temas assim... é saúde, política. Abordam também família, valoriza a família (...) aborda os problemas dos jovens, sexualidade. Estão colocando os valores humanos(...) estão valorizando os

sacramentos e o evangelho (...)" (Caxias, D4). Às vezes, até são adversativos nesta manifestação, quando assinalam: "eu gosto de pregação. Gosto de ver algum show, gosto de ver missa, mas não tenho nenhuma preferência" (Santo Antônio da Patrulha, D2). Sua preocupação com os temas ilustra-se por sua capacidade de passear pela própria programação: "Quase sempre dou uma zapeada com o controle e dou uma parada na Canção Nova. Mais nos programas de música e de clips católicos (...)" (SAP, D1). Onde se fixam, ou então encontram alguma surpresa, ensejada pela emissão de uma "Outra igreja" (evangélica): "tem uma diferença muito grande daquilo que eu não estava preparada para ouvir. Eu até dou uma paradinha para ver como o indivíduo é (o pastor no programa). Eu gelei porque ele já apresentou uma coisa muito diferente daquilo que eu estava preparada. Ele falou de uma maneira... deslocou tudo. Bateu na mesa, chamou Jesus com uma força, com aquilo ali que eu acho que não precisava. Que Jesus vem a nós de uma maneira...". As estratégias são "pontuais" porque fazem contatos específicos com a programação: "Às cinco para o meio dia eu ligo e aí vem o padre Marcelo..." (CAX, D4).

As operações textuais católicas enfatizam a figura dos enunciadores – pessoais e institucionais – dos programas: "O Padre Marcelo não é um pregador, ele é um animador de liturgia. Ele é um sacerdote, um animador" (SAP D1). "Hoje ele é um ícone, um ícone da mídia, mas ele não tem nada de pregador" (SL, D1). Indica-se a distinção de dispositivos, especificada na função que o corpo significante realiza, explicando que "ele é isso e não faz aquilo" ... Distingue-se o perfil do modo como o enunciador institucional apresenta-se, voltando-se mais para um público, ao passo que outro enunciador apresenta um outro tipo de estratégia temática. Ou: "A TV Vida fala mais para os empresários, A Canção Nova é mais espiritual, mais alegria, e jovialidade (...)" (CAX, D3). Também destacam a função de mediação do dispositivo, especialmente a natureza do seu trabalho simbólico e pedagógico: "A Canção Nova leva meu problema para Jesus. Ela traz pra gente Jesus. Ela traz sempre a pessoa de Jesus. A TV tem este trabalho também, abrir os olhos, ensinar. Me ajudou muito(a televisão) de eu estar ouvindo e dizer: 'era isso o que eu precisava ouvir'" (CAX, D1). Muitas impressões são claras acerca das operações de midiatisação dos rituais católicos que se explicitam, principalmente, a partir do destaque que se faz à associação entre o corpo dos apresentadores e a sua capacidade de produção de sentidos, necessariamente não compatíveis com uma certa expectativa de valores. "Acho fraca a Miriam Rios, ela não tem aquele jogo de cintura do talk show, ela faz sempre as mesmas perguntas, ela questiona do mesmo modo" (SAP, D1). O elemento avaliativo sobre o corpo, como dispositivo e produção de sentido, vem de uma outra operação midiática: as regras sobre as quais se assenta o talk show. O funcionamento do corpo, fora dos frames de interação propostos pelo ritual religioso "convencional", é condenado, pois o ator no lugar de obedecê-lo, como diz o discurso, "faz o

*show": "A celebração do padre Marcelo é só folia. Quando ele pega aquela trincha d'água, dá a bênção final, vocês já repararam nisso? É uma coisa estranha, entendeu? Eu acho que é euforia. (...) O terço bizantino é um show. O que sempre me questionei no show do padre Marcelo, nas missas do santuário, começa que ele nunca celebra né? Jamais celebrou. Quem celebra é bispo... Padre Marcelo no final da missa faz o show" (São Leopoldo, D1).*

Tais questões remetem também para algumas dimensões das estratégias de contatos entre os receptores e os programas. Sinaliza-se uma 'aversão radical' à manifestação de qualquer tipo de contato que se faça em público: "Não gosto de público, não gosto de aperto de mão, não gosto de paz, paz do senhor não é comigo. Eu acho que na minha casa, se eu rezar na minha casa com fé, ela tem a mesma força" (SL, D3). Os receptores têm níveis de "conhecimentos técnicos" sobre a cultura e operações midiática, fazendo distinções entre os ofícios que se realizam na Igreja e aqueles que resultam de operações de midiatização, explicitando as operações, e os modos de como construíram as comparações. "Estes dias eu pedi ao padre que reza missa numa universidade e perguntei para ele qual era a diferença entre ele celebrar aqui com o povo presente e lá que só tem câmeras... Ele disse que com emoção é maior aqui do que aquela gravação, (pois) quem responde é o câmera, que ele está ali produzindo o programa e só. Ele disse que é tudo muito mecânico..." (CA, D1). Acerca destas diferenças de funcionamento dos dispositivos, explicitam "observações finas" sobre como as estratégias de midiatização tomam corpo nas emissões, e segundo diferentes emissoras: "A Canção Nova eles não ficam só no canto... Eles erguem os braços para cima, 'eu te louvo senhor', essa é a diferença" (CAX, D4). Rastreiam as operações e suas possíveis eficácia no próprio corpo dos sujeitos-apresentadores, tomando-se como referências as "operações indiciais" que vêm dos mesmos, ou dos sistemas de produção que regem o seu trabalho enunciativo: "Ele (Pe. Marcelo) parou né. Parece até que ele envelheceu. Engrisalhou, os cabelos esbranquiçaram. É só que a gente não vê mais ele tanto, né. Por isso que eu digo que ele foi criado, um pouco é a tevê quem cria..." (Porto Alegre, D4). As distinções entre ofícios realizados nos templos e no setting televisivo são também manifestadas, de forma comparativa, especialmente as estratégias de contatos que as envolvem: "A missa que a gente assiste na igreja se concentra mais (...) assistir uma missa na televisão, aí tem uma balela né, mas toca o telefone, daí você corre atrás de tudo... E a missa está correndo... não pára... Em casa tu corre atrás das coisas, bate na porta e se dispersa. Na TV a gente assiste. Aqui (na igreja) a gente participa, a gente celebra. Há diferença, né?" (CAX, D1). Avaliam as injunções de cada ambiente sobre o modo de adesão ao contrato de cada um dos rituais. Realizam uma clara construção acerca da natureza e da pertinência de operações midiáticas para a instituição deste novo modo de fazer religião e que se singulariza nos próprios ofícios: "A diferença (entre a missa na Igreja e na TV) é a

*animação. A diferença é tecnologia que a missa da mídia usa. Enquanto na paróquia o máximo é um violão, e o máximo um bongô, lá a banda é completa (...)" (SAP, D1). Evidenciam-se impressões sobre os dispositivos, suas especificidades e os efeitos de sentidos, e que cada um deles pode incidir sobre os rituais. A exemplo dos evangélicos, comentam de modo avaliativo, a importância da midiatização dos testemunhos enquanto uma estratégia do discurso religioso contemporâneo, adaptado ao formato de gêneros televisivos, mas que se organizam a partir das estruturas de *talks shows*. "(...) A gente fica com o pé atrás (sobre o testemunho), muita coisa a gente vê que acontece na vida, muitos depoimentos. Às vezes tu pensa, ah! Isso foi escrito, a pessoa tá lendo. Leu, comentou e foi encomendado" (POA, D4). Ou ainda: "Na minha opinião aqueles testemunho são montados. A Canção não prioriza os testemunho, ao contrário da Universal. O R.R. Soares prioriza aquilo, a cura(...) a exorcização do demônio. Claro que a Canção Nova tem testemunha, mas o da conversão, mas não aparece com tanta ênfase" (SAP, D1). Também registram o que o enunciador sabe acerca das operações de midiatização do ofício religioso, explicitando os possíveis efeitos estimados do seu comportamento para com os dispositivos. "Acho que ele (padre quando reza a missa pela TV prepara-se) porque ele sabe que vai rezar a missa e está sendo filmado, lá o que ele está fazendo. Eu acho que ele precisa saber. Eu acho que ele tem que ser preparado para não deixar que as câmeras levem ele para o outro lado para pensar 'sou um pop star, vou deixar de ser padre'... Acho que tem bastante diferença para padres que vão rezar a missa pela TV" (POA, D1). Tais envios e reenvios permitem que façam comparações entre diferentes estratégias televisivas. Sobretudo as operações que a estratégia católica leva em conta ao apoiar-se nas referências da TV aberta como objeto dinamizador de suas próprias emissões.*

A "leitura extensa" dos leitores enseja-lhes comentários analíticos sobre envios e reenvios entre estratégias (confessionais ou não): "A Canção Nova não fica alheia à programação aberta porque eles consideram a existência da Globo, que existem outras TVs, tanto é que o Pe. Leo diz que na novela tal está acontecendo tal situação e que é uma situação que Deus não quer(...) Ele aproveita isto que está acontecendo e evangeliza em cima". (SAP, D2).

Se as estratégicas evangélicas destacam a importância da prática religiosa-midiática, mas também os senões sobre o "desvirtuamento dos fundamentos do seu discurso (a palavra), a dos católicos também têm uma construção adversativa sobre a midiatização dos seus ofícios. Particularmente, sobre a missa. Resistem às "operações de completude" realizadas pelas estratégias televisivas ao descrever os limites dos efeitos de sentido deste discurso sobre rituais já assentados, na medida em que seus "modos de crença" estão fundamentados em outras operações discursivas e cujas convicções resistem à experimentação da enunciação midiático-religiosa: "Aquele pãozinho se transformar em corpo e em sangue de

*Nosso Senhor Jesus Cristo, isso não tem olho, que por mais que a TV use toda a tecnologia que eles possam ter além do real, do que o real da consagração. Nada tira, nada envolve, nada completa".*

### **Nota em conclusão**

A estratégia deste encontro entre pesquisador e receptor visou, como efeito desta interação, "construir" uma nova "visita" daqueles com os programas. Construção, na medida em que na circunstância de tempos distintos, buscou-se a "atualização" do que ali se passara segundo outras complexas e específicas condições de contatos entre produtores e receptores de discursos. A "mola" dinamizadora desta estratégia se constituiu em falas que permitiram aos sujeitos, na singularidade de registros verbais, "recordar" sobre suas *ligações* com as emissões telerreligiosas.

Este momento se estrutura em meio aos textos formulados oralmente, e que dão "modo de existência" aos vínculos que estabeleceram e que tecem sua inserção na nova ambição religiosa. Estes textos atualizam, também, a existência dos sujeitos, que tomam corpo nas modalidades discursivas através das quais expressam a experiência desta relação. Tais marcas tratam de evidenciar como os processos midiáticos produzem suas afetações junto às enunciação dos fiéis. Os efeitos de sentido destes "modos de recordar" a experiência possibilitam a emergência de leituras trazendo associações e imagens acerca da singularidade destas relações. De modo econômico, diríamos que algumas associações dominantes e presentes na elaboração discursiva dos leitores-receptores devem ser aqui destacadas: a compreensão diversa acerca desta modalidade de interação que o campo religioso organiza; o reconhecimento da "racionalidade" da midiatização como indicador de julgamento sobre as ofertas de vínculos; a compreensão sobre as possibilidades e limites do acesso a esta estrutura de interação. Contudo, evidenciam-se explicitações sobre como a forma midiatizante contraria pressupostos de um discurso (religioso) que continua operando como um forte interpretante. Não obstante estarem afetados pelas estratégias da midiatização, há registros que apontam os efeitos da incompletude das operações midiáticas, especialmente quando alguns aspectos do "modo de crer" propostos pelo novo discurso midiático religioso são incompatíveis com registros de um crer fincado na tradição de outras discursividades ■FAMECOS

### **NOTAS**

- \* Trabalho apresentado no GT sobre "Recepção, uso e costumes mediáticos", do XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo, em junho de 2008.
- 1 Processos Midiáticos e a Construção de Novas Religiosidades – Estratégias de Recepção de Programas Televisivos. São Leopoldo: CNPq/UNISINOS, 2004/

2006.

2. A Igreja Doméstica: estratégias televisivas de construção de novas religiosidades (Fausto Neto, 2004); A midi(c)alização da cura (Fausto Neto, 2004); A religião teleterapeutizante: discursividades dos templos midiáticos; (Fausto Neto, 2004) e Dispositivos de telecura e contratos da salvação (Fausto Neto, 2006).
3. Esta questão é tratada no texto de Eliseo Verón "Esquema para el análisis de la mediatización". In: Diálogos de la Comunicación. Lima: Fela-facs, 1997.
4. Caxias do Sul, Estrela, São Leopoldo, Novo Hamburgo, Cachoeirinha e Porto Alegre.
5. Suas falas se dão sem mediação de nenhum outro suporte midiático e são sustentadas apenas pelo dispositivo conversacional instaurado.
6. Observou-se para definição do grupo percentuais próximos aqueles que definem a relação entre população de católicos e protestantes no Brasil, 76% católicos contra 265 protestantes (Jacob, 2003).

### **REFERÊNCIAS**

- ARAÚJO, Inesita. *A reconversão do olhar: Prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social*. São Leopoldo: Unisinos, s/d.
- BABIN, Pierre. *Os novos modos de compreender*. São Paulo: Paulinas, 1985.
- & KOULOUMDJIAN, Marie-France. *Os novos modos de compreender: a geração do audiovisual e do computador*. São Paulo: Paulinas, 1989.
- BASTIAN, Mariana. *Efeitos da cura telerreligiosa*. Artigo apresentado no VIII Comsaúde. São Leopoldo: Unisinos, 2005.
- BLOOM, Harold. *Um mapa da desleitura*. Rio de Janeiro: Imago, 1995.
- BOURGEOIS, H. Les médias et leurs modes de transmission. In: RSR. Paris, 1993.
- CÁCERES, Jesús Galindo. Vieja o nueva religión o vieja o nueva percepción? Apuntes sobre ontología de la percepción. In: *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Época II, V. I. N. 2. Dezembro, Colima: 1995. P. 119-134.
- CARLÓN, Mario. *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos*

- y sujetos. Buenos Aires: La Crujía, 2004.
- CERTEAU, Michel de. Croire: une pratique de la différence. In: *Documents de Travail*, N° 106. Itália: Università di urbino, 1981.
- CULIOLI, Antoine. La frontière. In: \_\_\_\_\_. *Pour une linguistique de l'énonciation: opérations et représentations. Tome 1*. Paris: Ophrys, 1990.
- DAYAN, Daniel. Le double corps du spectateur. In: BOURDON, Jérôme. *Penser la télévision: actes du colloque de Cerisy*. Paris: Nathan, 1998.
- ECO, Umberto. *O signo de três*. São Paulo: Perspectiva, 1983.
- IBÁÑEZ, Jesús (Coord.). *Nuevos avances em la investigación social II*. Barcelona: Proyecto A, 1988.
- IMBERT, Gérard. *El zoo visual: De la television espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa, 2003.
- FLAHAUT, François. *A fala intermediária*. Lisboa: Via Editora, 1979.
- FAUSTO NETO, Antônio. Carta do leitor: da mediação à interação. In: *Estudo sobre a Aids. Coleção Comunicação e Mídia Impressa*. São Paulo: Hacker, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Ensinando à televisão: estratégias de recepção da TV Escola*. João Pessoa: UFPB, 2001.
- \_\_\_\_\_. A religião teleterapeutizante: discursividades dos templos midiáticos. In: *Revista Fronteiras*. v. 6, n.2. São Leopoldo: Unisinos, 2004
- \_\_\_\_\_. A Igreja Doméstica: estratégias televisivas de construção de novas religiosidades. In: *Cadernos IHU*. Instituto Humanitas. Ano 2, N7, 2004.
- \_\_\_\_\_. A midi(c)alização da cura. In: *Comunicação: Veredas*. Ano 3, v.3, 2004.
- \_\_\_\_\_. Dispositivos de telecura e contratos da salvação. In: *Comunicação, Mídia e Consumo/ESPM*. v.3, n.6. São Paulo: ESPM, 2006.
- \_\_\_\_\_. Contratos de lectura: entre regulações e deslocamento. In: *Diálogos Possíveis*, (FSBA), v.6, 2007.
- GUTIÉRREZ, Juan & DELGADO, Juan Manuel. Teoría de la observación. In: *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis, 1995.
- JACOB, Cesar Romero. *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil*. Rio de Janeiro/ São Paulo: Ed. PUC-Rio/Loyola, 2003.
- KATZ, Elihu & DAYAN, Daniel. *La télévision cérémoniale*. Paris: Harvard University Press, 1996.
- LIVINGSTONE, Sonia & LUNT, Peter. *Un public actif, un téléspectateur critique*. Hermés, N. 11-12, 1993.
- MEHL, Dominique. *La vie publique privée*. Hermés, N. 13. Paris, setembro, 1994.
- SANTAELLA, Lucia. *A teoria geral do signos: como as linguagens significam as coisas*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- SILVERSTONE, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 1994.
- SOUSA, Mauro Wilton (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatisación. In: *Revista Diálogos*, N°48, Lima, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Los públicos entre producción e recepción: problemas para una teoría del reconocimiento*. Arrábida: Paper, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedeisa, 1989.
- \_\_\_\_\_. Les médias em réception: les enjeux de la complexité. In: *Médiaspouvoirs*. N.21, Mars, 1991.
- \_\_\_\_\_. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2001.
- \_\_\_\_\_. & FOUQUIER, Eric. *Les spectacles scientifiques televisés: figure de la producción et de la réception*. Paris: La Documentation Française, 1985.
- WESCHENFELDER, Aline. *A (In)Fidelidade Telerreligiosa: Estudo da Recepção de Programas entre Fiéis Católicos e Evangélicos*. Monografia apresentada para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social: Habilitação Jornalismo, São Leopoldo, 2006.