

ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DOS ESTUDOS DE RECEPÇÃO E GÊNERO TELEVISIVO A SEREM APLICADOS AO UNIVERSO ECLESIAL

Maria Antonia Vieira SOARES [▫]
Rosa Malena PIGNATARI^{▫▫}

RESUMO

Para compreender o que faz com que as pessoas se reconheçam e pertençam a Igreja Internacional da Graça de Deus e de que modo isso interfere em suas relações sociais, adotamos o conceito de uma comunicação pensada para além dos meios, ou seja, no âmbito da relação entre as pessoas, sem, contudo, desconsiderar a importância da cultura midiática. É uma comunicação entendida enquanto processo mediado pelas práticas sociais e culturais que se constroem no cotidiano, onde a constituição da subjetividade é uma forma de analisar as maneiras através das quais os sujeitos

[▫]Professora do Departamento de Ciências Sociais e Humanas (FAAC /Unesp-Bauru-SP). Doutora em Sociologia e Mestre em Projeto Arte e Sociedade (Unesp); Graduação em Ciências Sociais (Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Rio Claro).

^{▫▫}Mestranda em Comunicação e graduada em Jornalismo (FAAC/Unesp-Bauru-SP). Membro dos grupos de pesquisa "Mídia e Sociedade" - Unesp/Bauru e Rede Eclesiocom - Cátedra Unesco/ Metodista de Comunicação.

interagem com a mensagem. Nesse enfoque, os gêneros comunicacionais constituem uma mediação fundamental entre a lógica do formato e a dos modos de ler, dos usos.

Palavras-chave: Mediações culturais; pentecostalismo; gênero comunicacional.

ABSTRACT

To understand what makes people recognize themselves and belong to the International Church of the Grace of God and how this interferes in their social relationships, we have adopted the concept of communication beyond the media, that is, in the area of relationship between people, but without disregarding the importance of the media culture. It is a kind of communication understood as a process mediated by the social and cultural practices built in daily life, where the constitution of the subjectivity is a form of analyzing the ways through which the subjects interact with the message. In this focus, the communicational genres constitute a fundamental mediation between the logics of format and the ways of reading, of the uses.

Key words: Cultural mediations; Pentecostalism; communicational genre.

Ao tomar o universo eclesial como o locus central da problemática teórico-metodológica de investigação, nossa pesquisa de recepção dispõe do grupo focal como ferramenta de pesquisa qualitativa, pois propicia a reflexão sobre o essencial, o sentido dos valores, dos princípios e motivações que regem os julgamentos e percepção das pessoas (COSTA, 2008), a fim de extrair as interferências de significado da leitura de gênero televisivo na teia de relações que o adepto estabelece. Segundo Martín-Barbero (2006), é através da percepção do gênero que se alcança o sentido dos textos dos meios massivos. O autor defende que o gênero não deve ser analisado apenas em termos de semântica ou sintaxe, mas exige a construção de uma pragmática na qual o investigador procura averiguar como opera o

reconhecimento do gênero no contexto sócio-histórico.

Na esteira dos estudos de recepção, vale ressaltar as contribuições dos Estudos Culturais, especificamente da tradição de Raymond Williams, Richard Hoggart, E. P. Thompson e Stuart Hall que propiciam que o campo da comunicação retome a questão do sujeito (o adepto é o sujeito empírico de nossa pesquisa). Outra contribuição é a análise das mediações à luz da teoria martín-barberiana que nos permite pensar o processo comunicacional para além de uma relação entre meios manipuladores e dóceis audiências. Pois conforme Canclini (2006), os próprios estudos de comunicação de massa mostram que a hegemonia cultural não se realiza mediante ações verticais nas quais dominadores capturam enunciatário; entre uns e outros se reconhecem mediadores como a família, o bairro, o grupo de trabalho, a rua, a igreja etc. Portanto, o processo comunicacional na atualidade é bem mais complexo do que a versão linear sugeria.

Para consolidar nossa intenção investigativa trabalhamos com os adeptos da Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), uma das maiores denominações pentecostais protestantes do país, com o objetivo de analisar quais os usos dos meios de comunicação e os sentidos que os receptores/adeptos dão ao universo eclesial na vida cotidiana, visto que essas práticas cotidianas reorientam ou transformam os processos de comunicação. Caberá apurar também de que modo o mundo eclesial colabora para que a recepção se configure na construção desses sentidos, dando forma aos processos de recepção.

O sermão evangélico ou a pregação evangélica emitido pelo líder da IIGD em programa diário, R.R. Soares, constitui-se o gênero televisivo que servirá de peça comunicacional para a aplicação do *focus group*; será o instrumento discursivo para verificar os impactos da mensagem religiosa levando em conta reflexões em torno dos três níveis de mediação televisiva propostos por Jesus Martín-Barbero: a *cotidianidade familiar*, a *temporalidade social* e a *competência cultural*.

IMPLICAÇÕES TEÓRICAS

Ter o universo eclesial como mediação da comunicação implica

adotarmos como conceito base o entendimento da comunicação enquanto processo mediado pelas práticas sociais e culturais que se constroem no cotidiano, buscando compreender o que faz com que as pessoas se reconheçam e pertençam a IIGD e de que modo isso interfere em suas relações familiares, na vizinhança, no trabalho, enfim em suas relações sociais. O enfoque vem a ser produto de uma comunicação pensada para além dos meios, ou seja, em âmbito de relações entre pessoas, contudo, não desconsidera a importância da cultura midiática, primeiro porque é entendida como produto da articulação do grupo e legitimadora da instituição social e, segundo, examinar seu uso está ligado às práticas culturais ou de consumo cultural da recepção.

Tais aspectos são observados em um momento que grupos evangélicos se multiplicam de maneira surpreendente, ainda que alguns deles tragam além das dimensões emocionais e místicas, uma rígida moralidade sexual, comportamental e familiar, desafiando a teoria que associa a modernização das sociedades com a contração do campo religioso e a retirada gradual da religião do espaço público. Rigidez que não é exatamente a marca dos movimentos pentecostais de terceira onda [1] na qual a IIGD está inserida. Embora seu líder pregue a fidelidade no casamento, coloca-se contra o aborto, contra a prática da fornicção, ao mesmo tempo, é favorável as pesquisas com células tronco, ao uso de preservativos, a aceitação de pessoas separadas, divorciadas.

A propósito das diferenças entre denominações é sabido que a Universal do Reino de Deus – que aliás foi fundada pelo missionário R. R. Soares, cunhado de Edir Macedo – muito embora pertença a esse mesmo movimento pentecostal de terceira onda, coloca-se favorável ao aborto e a distribuição de camisinha em algumas igrejas, como é o caso do templo localizado no bairro de Soweto, em Johannesburgo, África do Sul.

Marcado, portanto, por distinções internas verificáveis nas próprias conduções doutrinárias, o fato é que ao falar sobre pentecostalismo, ou seja, esse movimento caracterizado basicamente pela glossolalia, exorcismos, milagres, salvação, ênfase na prosperidade, curas emocionais e físicas, focado na vivência pela fé sobrenatural, é preciso vê-lo acima de tudo como um produto social, uma vez que, segundo Rolim (1985) a religião deve ser analisada como manifestação cultural. Isso implica dissipar visões

generalizadoras direcionadas a essa parcela religiosa do Brasil. Visões que não somente tiram a capacidade de discernimento do adepto e da sua condição de ator interveniente em sua própria cultura como, muitas vezes, ocasionam juízos de valor, ignorando o que a ciência convida a fazer, isto é, a compreender o porque esses fenômenos fascinam de maneira à suas manifestações permanecerem e se expandiram com o consentimento de multidões.

Tampouco o massivo, concebido pelo universo eclesial, deve ser visto como mecanismo isolável ou um mero aspecto, mas uma nova forma de sociabilidade. Tendo em vista que, pensar a eclesia a partir da cultura midiática não significa, ao menos automaticamente, “alienação e manipulação, e sim novas condições de existência e luta, um novo modo de funcionamento da hegemonia” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 312).

Aliás, a dimensão da afirmação religiosa na sociedade coeva, enquanto plano de reconhecimento, não se constrói facilmente, pois está obstaculizado pelos pré-conceitos, os pressupostos de um etnocentrismo que nos impede de perceber o sentido de desenvolvimento da cultura a partir do universo eclesial. Sem a (des)construção de pressupostos, conforme reitera Bellotti (2002, p. 110), de que (1) a mídia não é apenas um instrumento ideológico (no sentido marxista do termo) e nem a audiência é completamente passiva à dominação econômica ou religiosa; (2) de que os produtos de mídia religiosa, ainda que constituídos com objetivos específicos (evangelização, instrução, diferenciação etc) não possam ganhar outros sentidos em contato com o enunciatário das igrejas e também de não-evangélicos — será complicado compreender que a identidade evangélica deve ser tomada como algo que se constitui de forma relacional e não fixa, imutável. O sentimento de pertença precisa ser renovado todo dia, a cada culto, a cada oração, a cada confronto social com aquele que possui uma crença diferente.

Com isso, a religião deixou de ser vista por muitos estudiosos como algo divinamente criado para se tornar algo humanamente construído, constituindo um objeto de pesquisa dentre tantos outros. Isso permitiria entender as lógicas que animam os discursos, os símbolos e as visões de mundo de grupos da vertente em questão. O que não significa tomar os evangélicos nem como charlatães nem como vítimas, mas sim como um

grupo social dinâmico e ambivalente.

Dessa forma, o enunciatório não deve ser encarado como dado concreto, capaz de oferecer uma informação exata de como “a fantasia” criada pela mídia foi assimilada no mundo “real”, mas como alguém parte desse movimento dinâmico de re-apropriação e de re-criação dos conteúdos oferecidos pela mídia.

Como se vê, a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos mas de reconhecimento a partir do outro lado, o lado da recepção, com suas resistências, com a apropriação a partir dos usos da comunicação (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 28). Não se trata apenas de medir “a distância entre as mensagens e seus efeitos, e sim construir uma análise integral do consumo, entendido como o conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos” (CANCLINI, p. 25 apud BARBERO, 2006, p. 292). De tal modo que o consumo, continua o autor, não é apenas visto como reprodução de forças, mas também produção de sentidos, lugar de um embate que não se reduz à posse dos objetos, pois passa ainda inevitavelmente pelos usos que dão forma social a eles e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação oriundos de distintas competências culturais.

As mediações tornaram-se o objeto de estudo do novo enfoque dos estudos de recepção nessa tardomodernidade e tais estudos visam à compreensão da “complexidade do real em que está imerso o sujeito...” (JACKS, 1995, p. 151). Por isso, Martín Barbero (2006) fala da constituição metodológica de um mapa noturno que sirva para o reconhecimento da situação a partir das mediações e dos sujeitos. Um mapa que sirva para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir de outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Com isso, a tentativa é de retirar o estudo da recepção do espaço limitado de uma comunicação tributária da corrente dos usos e gratificações, pensada em termos de efeitos e reações para re-situar sua problemática no campo da cultura, levando em conta os conflitos articulados por ela, às mestiçagens que a tecem. Um estudo que procura levar em conta “o modo com que a hegemonia trabalha e as resistências que ela mobiliza, do resgate, portanto, dos modos de apropriações e réplica das classes subalternas” (p. 302).

Enfatiza-se a necessidade na comunicação de se observar o processo comunicacional por inteiro, da produção à recepção vendo emissores e receptores a partir de uma perspectiva em que ambos são sujeitos dos discursos sociais que manifestam. Destaca-se ainda a importância da constituição da subjetividade nesse processo. Os estudos de recepção não perpassam apenas a questão do receptor no sentido de quem recebe a mensagem, lê, navega ou assiste, mas ao pensar a comunicação na relação entre as pessoas, pensa um sujeito comunicador (enunciador/enunciatário) e as intenções que cercam essas relações que estão em todos os níveis do processo comunicacional. Quanto à mensagem, não fica no extremo de pensar que o receptor faz o que quer com ela, mas propõe-se a analisar as maneiras através das quais os sujeitos interagem com ela.

Assim, em vez de fazer a pesquisa partir das lógicas de produção e recepção para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, “propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm às construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 294). E a questão do gênero, onde se encaixa nessa visão global do campo? Os gêneros “constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e a do sistema de consumo, entre a [lógica] do formato e a dos modos de ler, dos usos” (IBIDEM, p. 301).

Na visão martin-barberiana a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros. A partir deles, “ela ativa a competência cultural e a seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam” (IBIDEM, p. 300). Os gêneros são entendidos aqui como algo que passa pelo texto e não como propriedades do texto, que ocorra no texto. Por isso, mais do que uma estratégia de produção, para o autor, os gêneros são uma estratégia de comunicabilidade, atrelada profundamente aos vários universos culturais e articulados às dimensões históricas do espaço onde são produzidos e apropriados. Congregam em uma mesma matriz cultural referenciais comuns tanto a emissores e produtores como a público receptor.

É como marca dessa comunicabilidade que um gênero se faz presente e analisável no texto. Chegam a ser verdadeiros idiomas que se não pertencem à sua cultura ficam fora dela.

A consideração dos gêneros como fato puramente “literário” – não cultural – e, por outro lado, sua redução à receita de fabricação ou etiqueta de classificação nos têm impedido de compreender sua verdadeira função e sua pertinência metodológica: chave para a análise dos textos massivos e, em especial, dos televisivos (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 303).

Adverte-se ainda que enquanto não se encontra a chave do gênero, que está metodologicamente articulada às dimensões da história, da produção e recepção da cultura nas sociedades modernas, não é possível compreender o processo histórico.

Nos gêneros estão as regras que configuram os formatos dos vários produtos. “E são esses formatos que tornam possível o seu reconhecimento pelos grupos receptores” (RABELO, 1999, p. 91). Segundo Wolf (apud MARTÍN-BARBERO, 1999, p. 56) o fato que deve ser reconhecido é que a cultura midiática e todo o empreendimento por trás disso fabricam os saberes e cada vez mais aproveitam a própria investigação social para fazer isso. Há todo um conhecimento e um saber do receptor sem o qual a produção não teria sucesso. E como numa via de mão dupla, boa parte da recepção está de alguma forma condicionada, orientada pela produção.

Enquanto estratégias dessa interação – reconhecimento pelos públicos ao qual se dirige e re-apropriação desses textos por parte do próprio público – o funcionamento dos gêneros nos coloca diante do fato de que *a competência textual, narrativa, não se acha apenas presente, não é unicamente condição da emissão, mas também da recepção* (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 304). Os telespectadores, falantes do idioma dos gêneros, como nativos de uma cultura textualizada, desconhecem sua gramática e ainda que ignorem as regras de sua produção e funcionamento, são capazes de falar sobre suas especificidades.

A familiaridade se torna possível porque os gêneros acionam “mecanismos de recomposição da memória e do imaginário coletivo de diferentes grupos sociais. Sua competência textual interpela sujeitos, fazendo com que matrizes culturais tradicionais possam adquirir sentido no momento presente” (BORELLI, 1995, p. 75). Daí os gêneros exigirem a construção de uma pragmática que mergulhe na memória cultural de determinado grupo social, na qual o investigador procura averiguar como

opera o reconhecimento desse gênero no contexto sócio-histórico.

IMPLICAÇÕES METODOLÓGICAS

Do ponto de vista metodológico, a estratégia da pesquisa foi a de optar pela abordagem qualitativa e amparar-se em dois mecanismos técnicos de observação: a aplicação de um questionário e o focus group [2]. Optou-se por aliar o questionário à discussão de grupo, devido a oportunizar em grupo o aprofundamento de questões relacionadas por exemplo aos usos, aos hábitos de consumo televisivo, lazer e sociabilidade. Precisamos saber as características desses adeptos, seus gostos, preferências, em especial, no que se refere ao consumo de gêneros televisivos. Com isso, espera-se verificar a interferência do meio e gêneros na sua cotidianidade.

O grupo focal “permite a reflexão sobre o essencial, o sentido dos valores, dos princípios e motivações que regem os julgamentos e percepção das pessoas” (COSTA, 2006,p.180). Propicia localizar a satisfação e a percepção que produtos culturais como programas de televisão e gêneros provocam no receptor desses conteúdos. É recomendável quando se quer ouvir as pessoas, suas experiências e crenças, enfim, quando se quer aprofundar o conhecimento de um tema.

Para a aplicação do focus group é necessário fazer um roteiro de entrevista, partindo de indagações mais amplas para as mais específicas, ordenadas de acordo com a importância relativa à agenda da pesquisa.

Com relação aos participantes, a reunião pode ter de 8 a 12 pessoas e deve acontecer em lugar neutro para não inibir os integrantes, com duração entre uma a duas horas. O local deve ser silencioso, principalmente se a reunião for gravada. Para a gravação é importante obter autorização dos participantes e lembrá-los que os nomes verdadeiros não serão divulgados no relatório. Cada entrevistado será identificado apenas por um número e devem sentar em círculo ou ao redor de uma mesa de reuniões. À frente de cada integrante, a identificação com nome e nome deve constar para facilitar o trabalho do moderador. O documentador deve registrar as respostas usando apenas o número.

À escolha dos sujeitos, devido ao trânsito religiosos presente no Brasil contemporâneo será pautada nos seguintes critérios: ser membro da igreja há 3 anos ou mais e ter 25 anos ou mais, uma vez que acreditamos que nessa faixa etária, os adeptos têm mais clareza sobre suas opções religiosas.

Interessante notar a aproximação da técnica do *focus group* com a rotina jornalística no que diz respeito à concepção de coletivas, pois como diz Costa (2006, p.181) com o objetivo de “perceber os aspectos valorativo e normativo que são referências de um grupo em particular, o grupo focal é na verdade uma entrevista coletiva que busca identificar tendências.” A maior busca, prossegue a autora, é a de compreender e não simplesmente inferir ou generalizar.

Para assegurar conformidade de impacto, Costa (2006) sugere que a peça comunicacional seja exposta aos participantes antes do início da aplicação das perguntas. O nosso recorte se dará a partir da escolha de um dos 38 sermões contidos em transcrição do programa televisivo Show da Fé, que estão codificados num CD. A utilização da peça se faz a fim de extrair as interferências de significado da leitura desse gênero na vida social do adepto.

É na pesquisa qualitativa que pretendemos verificar o sentido do universo eclesial na vida das pessoas. Estabelecendo assim a interface comunicação e religião ou, mais especificamente, comunicação e pentecostalismo.

Não há neste trabalho a pretensão de esgotar a problematização sobre o fenômeno religioso em questão, uma vez que o corte epistemológico não permite generalizações. Será apenas verificada uma tendência a partir de um olhar que contempla a comunicação e o espaço da cultura.

OS TRÊS ÂMBITOS DE MEDIAÇÃO TELEVISIVA

De início vale esclarecer que os três âmbitos de mediações propostos por Martín-Barbero (2006) como hipótese para o estudo sobre televisão não esgotam o sentido seminal dado por ele mesmo ao termo mediações

[3]. É possível falar em múltiplas mediações, pois estas estão incrustadas nas práticas sociais cotidianas e ao se realizar através dessas práticas, as pessoas apresentam lógicas de uso e de sentido do meio, da mensagem que não respondem apenas a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais.

Contudo, neste trabalho é a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural, as mediações que ganham importância. Através delas, acreditamos que daremos conta de verificar como o sermão evangélico é consumido no cotidiano, bem como servirão de sustentação para poder detectar outras mediações que possivelmente se estabelecem nesse universo eclesial.

O primeiro nível de mediação nos revela que sem interrogar a cotidianidade familiar não é possível entender o modo específico que a televisão emprega para interpelar a família. Isso porque, a cotidianidade é âmbito de conflitos e fortes tensões, é um dos poucos ambientes sociais onde a um só tempo os indivíduos se confrontam como pessoas, talvez sem tantos subterfúgios, máscaras e onde manifestam suas ânsias e frustrações. E a televisão exerce em nosso país e na América Latina uma situação primeira de reconhecimento para boa parte das pessoas. Falar da vida cotidiana na contemporaneidade é, antes de tudo, rechaçar a visão de que este é um espaço puramente reprodutivista, retrato apenas da força de trabalho. Em *Os pátios interiores da democracia*, o autor chileno Norbert Lerner ao expor sobre a subjetividade e a constituição dos sujeitos na política, permite avistar a vida cotidiana como um espaço onde se produz a sociedade e não só onde ela se reproduz. Vem dessa diferenciação, a *socialidade*, termo que designa uma outra dimensão da sociedade. Nela, a vida cotidiana é um espaço em que os atores sociais se fazem visíveis do trabalho ao sonho, da ciência ao jogo, das insatisfações e contingências às crenças (SOUSA, 1995).

...começa a se estabelecer uma concepção que vê na família um dos espaços fundamentais de leitura e codificação da televisão. Contudo, a mediação que a cotidianidade familiar cumpre na configuração da televisão não se limita ao que pode ser examinado do âmbito da recepção, pois inscreve suas marcas no próprio discurso televisivo. Da família como espaço das relações estreitas e da proximidade, a televisão assume

e forja os dispositivos fundamentais: a simulação do contato e a retórica do direito (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 295).

Organizada em torno do eixo da função fática jackobiana [4], a *simulação do contato* corresponde ao mecanismo pelos quais a televisão explicita seu modo de comunicação – seriam elementos primordiais como a luz, a cor, o som, o sorriso, o olhar dos apresentadores, gestos etc que compõem a ambientação televisiva e, que por sua vez, provocariam uma troca com o telespectador que responde à manutenção desse contato. Para Martín-Barbero (2006), a lógica visual televisiva está subordinada à lógica do contato, pois é a lógica do contato que articula o discurso televisivo sobre o eixo da relação estreita e da primazia da palavra em culturas tão fortemente orais como a latino-americana.

Decorre dessa idéia de manutenção do contato televisivo, uma outra função jackobiana que pode ser percebida facilmente pelos telespectadores por meio dos discursos estabelecidos no plano da segunda pessoa, o “tu”, “você”, no qual os apresentadores constantemente chamam o receptor para conversar, a fim de que ele participe e não se disperse. Trata-se da função conativa ou imperativa. O telespectador muitas vezes, dependendo do gênero e do formato do programa televisivo depara com um transitar de focos narrativos de terceira e segunda pessoas bastante comum à linguagem deste meio, como por exemplo: “Vamos invocar agora o poder de Deus”, “Você aí de casa coloque a mão aonde está o mal” ou ainda “Testemunhe para o diabo não roubar sua bênção”, referindo-se ao receptor de modo imperativo. Ao forjar e assumir a simulação do contato, a televisão reconhece a necessidade da função fática utilizando-a frente a realidade da dispersão que a cotidianidade privada apresenta (TV ligada e pessoas conversando ao mesmo tempo, atendendo telefone, discutindo, recebendo outras pessoas, cozinhando enfim...).

O apresentador-animador, mais do que um transmissor de informações, é na verdade um interlocutor que ao interpelar a família converte-a por sua vez em seu interlocutor. Nesse sentido, em meio ao ir e vir e as conversações do ambiente doméstico, ecoa-se: “Vem! É hora da oração” ou “Desliga isso aí, esse homem só pede dinheiro”. Assim, o tom coloquial do apresentador e o seu discurso simulam um diálogo que carrega

muito mais que uma simples imitação do ambiente familiar, está investido pela autoridade do contato. Autoridade que articula o discurso televisivo sobre o eixo da relação distinta da palavra em culturas fortemente orais como a da América Latina.

Por isso, os estudos de recepção não colocam o texto como objeto primordial, mas sim o diálogo, a interação, a interlocução produzida nele e a partir dele. Ou seja, o texto “prolonga-se” através do discurso. Discurso entendido na esteira de Orlandi (2007) como “efeito de sentido entre interlocutores”. Daí a leitura do sermão ser encarada como atividade por meio da qual os significados são organizados num sentido, não existindo apenas reprodução, mas também produção, “uma produção que questiona a centralidade atribuída ao texto-rei e à mensagem entendida como lugar da verdade que circularia na comunicação”. Um texto que já não será “máquina unificadora da heterogeneidade, um texto já não-cheio, e sim espaço globular perpassado por diversas trajetórias de sentido” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.293). Chega-se, portanto, à leitura como um processo interação-comunicação ou negociação de sentido-comunicação, em que a interlocução passa a ser o foco de análise. Mais importante que o texto é a chave da leitura que obriga a mergulhar na memória cultural de determinado grupo social, manifestação social, mostrando a fonte do conflito entre o escrito e o oral. O choque que condensa uma resistência ativa, por exemplo, ao anunciar normas morais a partir, por exemplo, de valores cristãos, demarcando modos de pensar, de se comunicar, agir, de se comportar.

Quanto à retórica do direito, este é um dispositivo que organiza “o espaço da televisão sobre o eixo da *proximidade* e da *magia de ver...*” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 296). É um instrumento de poder para legitimação de discursos, um instrumento da teoria da Comunicação proferida no relacionamento humano de uma sociedade democrática (SIMON, 2006). Uma retórica que busca difundir valores, concretizar ideologias, seduzir o outro e dissipar conflitos da sociedade plural. Manifesta-se na cotidianidade familiar (espaço político). “O ser humano é fomentador dos discursos retóricos... Uma sociedade busca converter sua influência política em autoridade e poder, mais pela convicção que pela coerção” (cf. citado por SIMON, 2006).

Martín-Barbero elucida que este espaço da proximidade e magia do ver organizado em torno da retórica do direito está em oposição ao espaço cinematográfico dominado pela *distância* e pela mágica da *imagem*. No espaço cinematográfico, a função comunicativa central, segundo ele, é a poética, com todo seu ritmo, combinações, uma linguagem muitas vezes metafórica, afetiva sugestiva, revelando recursos imaginativos criados pelo emissor. Ainda que o espectador possa estar preso pelo argumento e fascinado pelos rostos em primeiro plano, ele permanece distante, não é possível nem alcançar nem abandonar os rostos. Assim, enquanto no cinema tem-se a aproximação e o distanciamento conflitando, no espaço da televisão tem-se um lugar dominado pela magia do ver. O que predomina é a visão que produz a sensação de imediatez um dos traços que dão forma ao cotidiano.

Na televisão... um discurso que familiariza tudo, torna "próximo" até o que houver de mais remoto e assim se faz incapaz de enfrentar preconceitos mais "familiares". Um discurso que produz seus efeitos a partir da mesma forma com que organiza as imagens: do jeito que permitir mais transparência, ou seja, em termos de simplicidade, clareza e economia narrativa..." (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.297).

A partir dessas considerações, é possível observar a marca da hegemonia televisiva. Ela atua ao construir uma interpelação, no sentido mesmo de intimidar alguém a responder, de modo a dirigir-se as pessoas a partir da simulação do contato e da retórica do direito, dispositivos que dão contorno, formato a uma cotidianidade familiar que não é apenas subproduto da pobreza, extensão das artimanhas de uma ideologia entendida como falseamento de realidades, representação ilusória ou falsa consciência, que se presta apenas estabilizar a ordem social vigente em benefício das classes dominantes, mas também constitui-se como um espaço das relações primeiras, as de maior grau de proximidade, de algumas vivências que não são menos fundamentais só por serem ambíguas, por estarem carregadas de mais de um sentido. Ideologia nesta nova abordagem é encarada como visão de mundo.

Mas por muito tempo essa dimensão da vida foi negada pelas teorias e pela política que apenas considerava a cotidianidade sob a ótica

da produção e da luta reivindicatória. Por não estar diretamente ligada ao sistema reprodutivo, a cotidianidade foi considerada sem espessura política, portanto, sem interesse cultural. No entanto, a mudança de postura com o novo enfoque dos estudos de recepção atrelado às mediações, a vida cotidiana torna-se um importante teia de relações sociais, e enquanto espaço ambíguo e realidade conflitiva, cambiante é um espaço político [5], um espaço não só de reprodução, mas de produção de conhecimento, de troca de sensibilidades.

O segundo nível de mediação, a *temporalidade social* convida a fazer a distinção de como se pensar o tempo na sociedade coeva. Há um tempo produtivo que é medido, estimado e valorizado pelo capital e um tempo repetitivo, organizado pela televisão e que, por sua vez, leva em conta o tempo que constitui a cotidianidade, um tempo cíclico, feito de fragmentos. “A matriz cultural do tempo organizado pela TV é justamente o da repetição, da rotina, do ritual, do fragmento e assim a televisão acaba inscrevendo a cotidianidade no mercado” (RABELO, 1999, p. 91). O tempo com que a televisão organiza sua programação contém a forma de rentabilidade e do palimpsesto, de um emaranhado de gêneros que ligam os diferentes momentos da cadeia comunicativa: o espaço do sistema produtivo com o sistema de consumo, ou melhor, dos desejos do público receptor.

Ainda quanto à temporalidade, trabalha-se com a visão contemporânea de que não há só uma história, há uma multiplicidade de histórias, com seus próprios ritmos e lógicas, que remete a uma multiplicidade de tempos. Mircea Eliade, no livro *O sagrado e o profano*, afirma que para o homem religioso existem duas temporalidades: o tempo profano, vinculado ao cotidiano, de duração temporal ordinária, e o tempo sagrado que têm a função primordial de reatualizar o tempo mítico, reversível e recuperável, espécie de eterno presente mítico que o homem reintegra periodicamente pela linguagem dos ritos, ou seja, de celebrações, cerimoniais que marcam passagens do indivíduo ou de um grupo de uma situação para outra. O tempo sagrado quebra o ritmo regular do cotidiano, promove a sociabilidade, o sentimento de pertencimento e identidade. E também possui intrínsecas relações com os aspectos políticos, econômicos e sociais de uma sociedade, à medida que dissemina a cumplicidade de

atitudes para a ativação desses setores, não só pelo fato de mediante a fé no rito se sentir livre de enfermidades e purificado do pecado, mas de fazer parte de ações concretas, consentindo com as decisões do grupo na produção/aquisição de meios de comunicação, de horários de programação na televisão, na representatividade política, na formação de grupos de evangelismo e assistência à comunidade em cada templo.

Todas as religiões, diz Passos (2005) estão firmadas para além de si mesmas, ou seja, numa época que transcende a época em que vivemos. Trata-se de um fundamento, de um tempo contínuo, de um presente eterno que pode ser acessado pela história dos humanos. O tempo das origens – *in illo tempore* [naquele tempo] – é de onde vêm o sentido, a força e as normas de todas as religiões. As narrativas sagradas começam dizendo “naquele tempo” e ao promoverem os rituais, as religiões, reeditam no hoje a força daquele tempo e as leis religiosas afirma-se como legítimas na medida em que são fiéis às suas origens. Esse tempo é o tempo sagrado dito por Eliade.

O tempo profano é o que vivemos no dia-a-dia, como uma seqüência contínua de horas, de dias, meses e anos. Nesse tempo construímos nossas agendas e projetos e vamos consumindo nossa existência dentro de um ciclo vital que nos traga imponderavelmente num percurso de começo, meio e fim. As religiões fazem-nos passar desse tempo cronológico para o tempo sagrado, quando as origens tornam-se, então, presentes. O tempo sagrado é uma espécie de pura continuidade que não se altera, a fonte permanente de onde fluem o sentido e a força das religiões, o que pode ser chamado, também, de eternidade. Os rituais religiosos são o esforço de retorno ao tempo das origens, dentro do tempo profano e cronológico. Enquanto neste habitam a precariedade, a rotina, a labuta e toda espécie de problemas, daquele jorram a graça e a salvação originais, assim como Deus as planejou e dispôs no tempo da criação de todas as coisas e de sua revelação. Assim, para o ser humano religioso, a duração pesada do tempo profano pode ser interrompida ou suspensa pela eclosão do tempo sagrado mediante rituais ou experiências religiosas pessoais (PASSOS, 2005, p. 25-26).

É interessante notar, continua o autor, que as religiões de origem africana, por exemplo, podem penetrar na temporalidade sagrada dos orixás

valendo-se do transe; já a Páscoa judaica vivencia o tempo da libertação do Egito e os cristãos adentram o tempo da salvação por meio de Jesus Cristo.

...Na lógica religiosa, o tempo sagrado não é apenas uma reedição do começo, de uma data de fundação ou de um fato referencial do passado. É um tempo primordial que existe paralelamente ao tempo cronológico e pode irromper dentro dele, envolvendo os fiéis em sua dinâmica como participantes de suas graças e benefícios. Desse modo um crente pode viver o tempo sagrado, o tempo da graça, independente de onde e quando esteja (PASSOS, 2005, p. 26).

Os rituais religiosos, como o ritual cristão da “santa ceia” (o cálice de vinho tipifica o sangue de Cristo e o pão tipifica o corpo de Cristo, trazendo à memória a razão pela qual Jesus Cristo teve de ser crucificado e o que isso representa) promovem o retorno ao tempo das origens e configura uma maneira de suspender o tempo profano e buscar seu sentido nas origens puras, sem fragmentos, sem dores e sem morte. Porém, segundo Passos (2005) é também uma forma de interferir no tempo profano e transfigurá-lo com as forças originais. Dessa forma, o tempo das origens acaba adquirindo um caráter modelar, de exemplaridade para o tempo histórico. É o tempo das origens que “contém a verdade e os roteiros corretos para o funcionamento da natureza e para a realização da existência humana.” Ao transportar e transformar o agora para o tempo das origens, o ritual cumpre “a função de recriar e redimensionar o mundo e a vida para seus roteiros originais, por natureza bons, belos e verdadeiros” (p.27). E complementa: a penetração no tempo sagrado permite à contemporaneidade apropriar-se desse mundo sagrado e de compartilhar ou participar de seus bens. Desta feita, atribui-se aos rituais religiosos, enquanto imitação de gestos, comportamentos divinos, a capacidade de recriar o mundo e redirecionar a existência humana.*

Sendo assim, o tempo sagrado só pode ser acessado pelo tempo profano e vivenciado por ele. Para o cristão, a vivência do tempo das origens é feita dentro e através da história. A celebração é memória do tempo das origens hoje. A memória não rompe com o presente, mas transforma o tempo das origens em tempo presente. Podemos dizer, então, que o cristianismo inverte o acesso ao tempo original na medida em que o incorpora no tempo profano. Nas religiões primitivas, o sentido

profundo do tempo profano estava no tempo sagrado, na saída deste e na direção daquele, por meio dos rituais que atualizam as origens. Para o cristianismo, o segredo não está no arrebatamento, nem na saída, mas no encontro de ambos os tempos: o tempo sagrado foi “profanado” e o tempo profano, sacralizado. Dizemos então que tal tendência prevaleceu na elaboração dos fundamentos do cristianismo, na canonização dos seus textos sagrados e na elaboração de seus dogmas principais...Rito e história, Deus e ser humano encontram-se definitivamente ligados, de forma que um não pode ser compreendido sem o outro (PASSOS, 2005, p. 29-30).

O cristianismo, seja os cristãos históricos, seja os cristãos pentecostais, estes últimos fundados numa relação mítica com suas origens, traz a supremacia do tempo sagrado sobre o profano, traz ainda, a supremacia do sobrenatural sobre o natural, do céu sobre a terra, do futuro sobre o tempo presente.

Concluindo, é preciso falar sobre a competência cultural. Nesta mediação estabelece-se a relação entre televisão/cultura, o que é bastante controverso em razão de algumas posturas que não acreditam ser possível tal ligação. Entre aqueles que encaram a TV como algo adverso, desfavorável à arte, e os que propõem uma ascensão cultural da TV, Martín Barbero refuta as posições e propõe outro enfoque, visto que tais visões encobrem o culturalismo em que se movimentam, colocam-se fora do sentido social das diferenças culturais, ocultam os interesses envolvidos na própria idéia de cultural com que operam.

Talvez, diz ele, em nenhum outro espaço o contraditório significado do massivo se faça tão notório e desafiante quanto na televisão. Se de um lado, a TV é um meio que carrega uma matriz cultural e um *sensorium* que produz asco nas elites, de outro, por sua disseminação há uma desativação de diferenças sociais e, portanto, integração ideológica, pois seu uso permeia diferentes grupos sociais. Mas não só isso. O sistema produtivo, a indústria televisiva semantiza e recicla as demandas procedentes dos públicos e seus diferentes usos e (re)criam toda a sua dinâmica, inclusive em torno dos gêneros. A configuração dessa estrutura produtiva deixa marcas também no formato.

Desconhecer essa tensão, vendo apenas a eficácia do mecanismo integrador e o jogo de interesses comerciais, é o que justificou e continua justificando que a televisão nunca seja considerada quando se trata de discutir políticas culturais, nem por parte dos governos, nem por parte das oposições. A televisão não seria assunto de cultura, só de comunicação. E, como prova, argumentam: onde estão as obras-primas produzidas pela televisão? Seriam por acaso as versões inglesas de clássicos da literatura, ou os melodramas pseudo-históricos norte-americanos? Mais uma vez, como afirmou Benjamin a propósito da fotografia, os mandarins da Cultura continuarão a se perguntar se a televisão pode ser considerada cultura enquanto – gostemos ou não, para o bem ou para o mal – é a própria noção de cultura, sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 299).

Nessa relação televisão/cultura, o gênero passa também a ser “a unidade mínima do conteúdo da comunicação de massa e que a demanda de mercados por parte do público (e do meio) aos produtores se faz no nível do gênero” (FABRI apud MARTÍN-BABERO, p. 304). É através da percepção do gênero que se alcança o sentido oculto dos textos dos meios massivos. E esse sentido latente é obtido não só porque esse gênero carrega características culturais específicas, como em contato com o grupo que o acolhe, sua fruição poderá levar a constituição de outro texto, em razão da própria subjetividade desse sujeito, de sua reinterpretação e seletividade. E isso implica uma redefinição do modo de se aproximar dos textos da televisão, de encará-los como momentos de uma negociação de sentido.

Lembrando que o sujeito é para nós dialético e dialógico, conflui na contradição própria do seu existir uno e social. Dialógico por apenas ser sujeito quando capaz de constituir-se também do outro, e dos outros que constituem sua história pessoal de vida; dialético porque se constitui nesse ir e vir uno e social. Estamos falando de um sujeito constitutivamente heterogêneo, com esperança de encontrar a fonte restauradora da totalidade nunca alcançada, que se constrói nas relações sociais, entendidas como espaço de imposições, confrontos, desejos, paixões, retornos, imaginação e construções (GERALDI, 1996).

Ao propor uma nova hipótese sobre a relação entre emissores e

receptores, substituindo a idéia de manipulação da mídia, vigente até hoje, pelos conceitos de sedução e construção de imaginários, o jornalista e pesquisador Juremir Machado da Silva lembra que o imaginário é muito mais que um simples álbum de fotografias mentais ou um museu da memória individual ou social. “O imaginário é uma rede etérea [sublime, celestial] e movediça de valores e de sensações partilhadas concreta ou virtualmente” (FERNANDES apud SILVA, 2003, p. 9). O imaginário é ao mesmo tempo reservatório e motor: depósito de imagens, sentimentos, lembranças e experiências, e uma força que impulsiona a concretização da realidade. A realidade é o que nosso imaginário arquiteta e constrói.

Portanto, as ações e reações do adepto (sujeito empírico de nossa pesquisa) não se tratam apenas de reprodução. Há uma dobra nesse sujeito que é a garantia mesma da liberdade de ação.

A ação dos sujeitos está implícita na noção de resistência: produzir um dentro é, necessariamente, resistir; em outras palavras, a dobra que constitui os sujeitos é a garantia mesma da liberdade de ação desses sujeitos (ROCHA apud VEIGA-NETO, 2003, p. 151-152).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os três níveis de mediação que amparam a pesquisa permitirão chegar a uma análise do impacto do consumo do gênero televisivo na cotidianidade, dentro de um enfoque teórico-metodológico que re-situa a recepção enquanto espaço de negociação de sentido e, portanto, chega-se a uma comunicação-interação, onde não há apenas reprodução mas produção.

Entende-se com isso que o receptor tem um modo de interagir não só com as mensagens, com os aparatos comunicacionais, mas tem um modo de interagir com a sociedade, um modo de interagir com os demais atores sociais. No desvendar dessas interações que está o cerne dos estudos de recepção. É propagando, contando o sermão evangélico uns para os outros que se constrói o sentido. Dito de outra forma: é na circulação de discursos que o sermão para um determinado grupo social

terá seu sentido construído.

Acreditamos que com isso o trabalho de pesquisa contribuirá para o debate público em torno do gênero sermão evangélico. Acreditamos também que em contato com a leitura de mundo, com as significações do adepto na contemporaneidade, detectaremos outras mediações.

NOTAS

[1] Tipologia de Paul Freston (1996) que usa uma analogia física, “ondas”, para se referir ao início, expansão e reversão dos movimentos religiosos pentecostais no Brasil, no decorrer do século XX. É importante notar que essa classificação é utilizada por nós no sentido de reconhecer que o pentecostalismo representado pela IIGD, pela Universal do Reino de Deus, pela Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, Renascer em Cristo, Mundial de Cristo e outras tantas leva em conta que a continuidade em relação ao pentecostalismo clássico e ao protestantismo é mais determinante do que as rupturas, apesar de todo o sincretismo e mentalidade de cultos afro-brasileiros (CAMPOS, 1997, p. 51-52). A primeira onda corresponde ao período entre 1910 e 1950, com a chegada da Congregação Cristã (1910, SP) e da Assembléia de Deus (1911, PA). A segunda onda pentecostal se inicia com a chegada no Brasil de dois missionários norte-americanos, Harold Williams e Raymond Botright, pertencente à Igreja Internacional do Evangelho Quadrangular constituindo um período que vai da década de 1950 ao início de 1960, marcado pela criação da Cruzada Nacional de Evangelização e, por fim, a terceira onda que começa na segunda metade da década de 1970, ganha força nos anos 80 e continua em processo de crescimento até os dias de hoje.

[2] Ligada às Ciências Sociais, sua origem remete à década de 1940, especificamente ao ano de 1941, quando Paul Lazarsfeld e Robert Merton fundamentam a organização de sua aplicabilidade. Merton, no entanto, é considerado o pai do grupo focal, sendo ele o teórico que publicou o primeiro trabalho utilizando esta ferramenta de pesquisa qualitativa. Na década de 1950, a técnica desperta interesse da área de marketing, mas atualmente tem sido utilizada em outras áreas da pesquisa acadêmica.

[3] Lãs mediaciones son esse ‘lugar’ desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: lo que se produce en la televisión no responde unicamente a requerimientos del sistema industrial ya estratagema comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver (MELO; ROCHA, 1999, p. 189 apud MARTIN-BARBERO, 1992, p.20).

[4] O termo “fático” provém do grego *phatikós*, que significa “afirmação, enunciado”. A criança, segundo Jakobson, descobre a função fática antes de aprender a falar, assim que compreende que ao pronunciar uma sílaba ou uma palavra alguém responde e tenta se comunicar com ela, mediante respostas, expressões em voz alta ou troca de olhares (contato visual), ela se sente impelida a emitir determinados sons com o fim de estabelecer

contato (comunicação pré-verbal).

[5] O político é justamente a emergência de opacidade do social enquanto realidade conflitiva e cambiante, emergência esta que se realiza através do incremento de mediações e da luta pela construção do sentido da convivência social. Portanto, de uma realidade política atrelada aos laços afetivos, de pertencimento que grupos sociais desenvolvem. A verdade é que por muito tempo a política suprime a cultura como campo de interesse no momento em que aceita uma visão instrumental do poder, este se constitui dos aparatos, das instituições, das armas, do controle sobre os meios e os recursos, das organizações. Tributária dessa visão de poder, a política não pôde levar a cultura a sério, exceto onde ela se encontra institucionalizada (MARTÍN-BARBERO, 2006 p. 284 e 288).

REFERÊNCIAS

- BELLOTTI, Kosicki Karina. Mídia, Religião e História Cultural. Revista de Estudos da Religião. São Paulo, n.43, 2002. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv4_2004/p_bellotti.pdf>. [Acesso em 12 de fev. 2007].
- CANCLINI, G. Néstor. Consumidores e cidadãos. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. Teatro, templo e mercado. Petrópolis: Vozes, 1997.
- COSTA, M.E.B. Grupo focal. In: DUARTE, J.& BARROS, A. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos Meios às mediações – Comunicação, cultura e hegemonia. Trad. Ronaldo Polito, Sérgio Alcides, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- FRESTON, P. Breve história do pentecostalismo brasileiro. In: ANTONIAZZI, A. et al. Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- GERALDI, J.W. Linguagem e Ensino: exercícios de militância e divulgação. Campinas: ALB /Mercado de Letras, 1996.
- JACKS, Nilda. Pesquisa de recepção e cultura regional. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MELO, José Marques; DIAS, Paulo da Rocha. (org.) Comunicação, cultura, mediações: o percurso intelectual de Jesús Martín Barbero. São Paulo: UMESP, 1999.

ORLANDI, E.P. Análise de Discurso: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2007.

PASSOS, João Décio. Pentecostais: origens e começo. São Paulo: Paulinas, 2005.

ROCHA, Décio. Produção de subjetividade: a lição de O homem que copiava. DELTA, 2007, vol.23, no.1, p.97-126. ISSN 0102-4450. Disponível em: <<http://www.scielo.br>> Acesso 7 de maio 2008.

SILVA, Juremir Machado da. As tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2003. Resenha de: FERNANDES, Fábio. Para além de Althusser e Foucault. Galáxia, São Paulo, n.7, p.149-152, fev.2004. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/pos/cos/galaxia/num07/resenhas.htm>>. [Acesso em 6 de maio 2008].

SIMON, Roberta. A Retórica das Relações Públicas nos Discursos Democráticos. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006.

SOUSA, Mauro Wilton (org.). Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.