



Editorial

Dossiê – Política, Mídia e Religião

Flores no asfalto

Karina Kosicki Bellotti*

No momento em que escrevo este texto, o mundo aguarda os resultados da eleição presidencial dos Estados Unidos – uma das várias eleições ocorridas no período recente da história em que elementos religiosos estiveram em evidência – em que se constata o apoio a Trump de setores de evangélicos brancos e conservadores, contando com pastores/as midiáticos. No Brasil, uma das bases de apoio da atual presidência reúne católicos e evangélicos de orientação conservadora, que estão distribuídos entre eleitores e políticos eleitos para o congresso nacional – dentre eles, estão clérigos evangélicos e leigos católicos, com alta mobilização nas mídias tradicionais e digitais. O que esses e outros cenários nos dizem sobre as relações entre religião, mídia e política?

À primeira vista, quando nos referimos à religião nesse contexto, alguns grupos se sobressaem – os cristãos conservadores, ou fundamentalistas, se utilizarmos uma conceituação mais precisa. E quando nos referimos à política, associamos à política partidária. A mídia pode ser pensada tanto nos meios de comunicação empregados por esses grupos para atingir e angariar apoio, como a forma como meios diversos – mais notadamente a grande imprensa – cobrem esses eventos e essas personalidades. Sem dúvida, essa é uma relação que tem se

Texto submetido em 20 de agosto de 2020 e aprovado em 30 de agosto de 2020.

* Doutora em História Cultural pela Unicamp. Professora da UFPR. País de origem: Brasil. E-mail: karinakbellotti@gmail.com

estabelecido em nosso país de maneira mais frequente nos últimos 10 anos, mas proponho pensar em outras relações.

Ao abordarmos o tema das religiões, sabemos o quanto nosso país é diversificado – mesmo que tenhamos uma maioria de cristãos, há muitas variedades de se viver o cristianismo protestante, pentecostal e católico – e não deixemos de fora uma parcela dos espíritas que se consideram cristãos. Temos muitas outras religiões – as de matriz africana, orientais, além do islamismo, do judaísmo. Temos uma crescente parcela de sem-religião que ainda acreditam em Deus ou deuses/as, além do aumento de evangélicos “desigrejados”, um fenômeno recente que mostra a presença de evangélicos que abdicam de uma convivência com uma denominação, mas não deixam de se ver como evangélicos.

Uma orientação religiosa não define necessariamente escolhas políticas, partidárias ou não. Política não significa exclusivamente agremiações ou atuações partidárias – associar política somente a partido é um sintoma do esvaziamento do sentido do que é político em nosso período contemporâneo. No Brasil, a política partidária é vista de maneira desconfiada pela maioria da população, devido às notícias de corrupção e de privilégios que trazem a sensação de que, por mais que se vote, nada muda. Tal impressão tem sido contrabalançada por uma nova geração ativista, que não necessariamente se envolve com partidos, mas mobiliza causas por meio dessa nova ferramenta: as mídias digitais.

Mídias digitais que há cerca de 20 anos causaram otimismo: a internet traria a possibilidade de uma democratização do conhecimento; interligar pessoas de várias partes do mundo, permitir que pessoas “comuns” produzissem e divulgassem conteúdos diversos (artes, música, ciência, reflexões políticas) para um público antes inimaginado. Essa visão de comunicação de todos para todos mostrou-se frágil com o passar do tempo – nem todas as pessoas do mundo teriam acesso (como ainda não têm) à internet, que exige equipamentos caros e recursos de manutenção que não estão ao alcance de todos. Os softwares também pertencem a companhias privadas – mesmo com a existência de

softwares abertos, falta o conhecimento especializado para utilizá-los. A internet é um grande negócio, que se juntou a outras mídias poderosas.

Nos últimos anos, documentários como “Driblando a democracia: como Trump venceu” (Thomas Huchon, 2018) e “O Dilema das Redes Sociais” (Jeff Orlowski, 2020) mostram o poder das mídias digitais, que se esgueiram pelo cotidiano dos usuários, registrando seus passos, seus gostos, suas crenças religiosas, suas preferências de consumo – e suas ideias políticas. E isso poderia ser utilizado por influenciadores políticos para direcionar campanhas específicas, promover agendas, pessoas, soluções – e demonizar outras tantas agendas, pessoas e soluções.

É importante lembrar que a mídia em nosso país ajudou a formar opiniões sobre política, políticos, religião e religiosos, muito antes da internet. A comunicação no Brasil sempre esteve nas mãos de poucos empresários e grupos comerciais, que não raro aliaram-se a agendas políticas e religiosas de suas épocas. Por meio dessa “grande mídia”, o catolicismo e a Igreja Católica mantiveram sua legitimidade social e cultural, em detrimento de outras expressões religiosas, como o islamismo, as religiões afro-brasileiras e os grupos evangélicos. Somente com a compra da Rede Record por Edir Macedo (Igreja Universal do Reino de Deus) em 1989, essa situação começa a mudar, com a entrada mais robusta de um ator religioso acatólico no meio da comunicação no Brasil, e colocar em marcha um projeto de poder que vemos hoje mais delineado. Ainda assim, o projeto de poder de um grupo como o da IURD não abarca todo o grupo evangélico. Ocorre que aqueles que possuem maior projeção pela mídia tendem a ter maior visibilidade para a opinião pública em relação a quem não está nas mídias ou não as possui.

Até então, católicos e evangélicos usaram a mídia impressa e radiofônica para evangelizar, educar e unir seus fiéis. O verbo “usar” a mídia carrega um sentido que atualmente é questionado pelos estudos de comunicação – pois se refere à lógica funcionalista, em que os sujeitos “usam” uma mídia para difundir informações – e de certa forma, fizeram isso. Agradeço à querida colega Magali do Nascimento Cunha por me mostrar isso - a relação entre a mídia e os sujeitos é mais complexa – a comunicação pode transformar tanto o “emissor” quanto o

“receptor”. Os Estudos Culturais ingleses já apontavam para isso nos anos 1960 – mesmo que não exista uma via de mão dupla igualitária, não existe um receptor passivo, nem um emissor onipotente. Michel de Certeau, em sua “Invenção do Cotidiano”, reforçou essa imagem de que os sujeitos, mesmo desprovidos de poder político, econômico, social, podem fazer as coisas do seu jeito – podem lançar de “táticas” para se movimentar no território dos que detêm o poder no dia a dia.

Dessa forma, a mídia pode ser vista como uma instância que, ao ser incorporada por agentes e instituições religiosas, insere o religioso numa esfera que não obedece somente a preceitos religiosos – mistura-se com o mercado, com a política, com o ativismo e também leva suas contribuições a todas essas instâncias, na esfera pública e privada. Retomamos, então, a questão da política – de que política falamos quando pensamos nas relações entre mídia e religião? Falamos da política partidária, sim, mas também das políticas de identidade, da luta por direitos civis de grupos marginalizados (mulheres, negros, indígenas, LGBTQI+), da situação e da oposição, das associações de bairros. Nem sempre ela aparece na grande mídia, mas ela tem se valido das mídias digitais para se mobilizar – nos últimos anos essa mobilização tem atraído a oposição de setores conservadores católicos e evangélicos, que capitalizam uma agenda moral e de costumes em suas mídias digitais para espalhar *fake news* e pânico moral. Ainda que as “notícias falsas” sejam um produto típico da popularização das mídias digitais, lembro do historiador Marc Bloch, que já em 1944, medievalista que era, afirmou que os rumores, os boatos e as mentiras eram espalhadas em diversas épocas da história humanas porque ressoavam crenças já estabelecidas entre as sociedades. Isso nos faz pensar nas crenças que validam a aderência das fake News de hoje, ou dos rumores de outrora, e como o diálogo com ideias diferentes, pessoas diversas poderiam ajudar tirar os indivíduos de suas bolhas...

Religiosos que não são conservadores ou fundamentalistas também existem, e têm ocupado espaços digitais para levar o questionamento, para levar sua visão política a partir de seus valores religiosos, como a Rede FALE (<https://www.facebook.com/redefale/>), e têm prestado serviços no

esclarecimento do que é ou não fake News, como o Coletivo Bereia (<https://coletivobereia.com.br/>). Muito antes dessas iniciativas, é interessante lembrar que as Comunidades Eclesiais de Base, desde os anos 1960, procuraram aplicar a Teologia da Libertação para erradicar o pecado social da pobreza e da fome; o Evangelho Social protestante também mobilizou ações pela justiça social e pelo ecumenismo. E foram um arcebispo, Dom Paulo Evaristo Arns, e um reverendo presbiteriano, Jaime Wright, que organizaram uma força tarefa para denunciar as prisões e as torturas da ditadura civil-militar, resultando no livro “Brasil: Nunca Mais” (1986). O culto ecumênico na Catedral da Sé (SP) à memória de Vladimir Herzog, morto no Doi-Codi, em 1975, reunindo líderes religiosos de diferentes vertentes foi um acontecimento político, religioso e midiático, e foi um dos mais fortes exemplos de resistência à ditadura em plenos anos de chumbo. Além disso, religiosos da matriz afro-brasileira que têm se levantado contra a vandalização de seus terreiros e contra o discurso de ódio que infelizmente ainda ataca seus símbolos e seus praticantes – não poucos trazem em suas redes digitais orientações para que seus membros fortaleçam a defesa e a reação contra essas violências.

Escrevo tudo isso para que os/as leitores/as tenham em mente que ao relacionarmos religião, mídia e política existe uma miríade de temas e personagens a serem considerados, para além daqueles que parecem ter tomado um protagonismo na realidade brasileira. Entender como estes grupos ganharam apoio e visibilidade, e não os herdeiros espirituais de Arns (D. Paulo, D. Zilda), Wright (Jaime e Paulo), Henri Sobel, dentre tantos que lutaram pela valorização da humanidade, da solidariedade e da fraternidade – esse é um dos desafios de reflexão.

Permitam-me terminar com um tom otimista, apesar de tantas tristezas e desolações pelas quais temos passado, pré-pandemia e enquanto a pandemia perdura. Quero terminar com a esperança de Carlos Drummond de Andrade e sua “flor no asfalto”:

*Preso à minha classe e a algumas roupas, vou de branco
pela rua cinzenta.*

Melancolias, mercadorias, espreitam-me.

Devo seguir até o enjôo?

Posso, sem armas, revoltar-me?

[...] Uma flor nasceu na rua!

Passem de longe, bondes, ônibus, rio de aço do tráfego.

Uma flor ainda desbotada

ilude a polícia, rompe o asfalto.

Façam completo silêncio, paralisem os negócios,

garanto que uma flor nasceu.

*[...] É feia. Mas é uma flor. Furou o asfalto, o tédio, o nojo
e o ódio. (ANDRADE, 2012, p. 13).*

Que nossas reflexões e ações façam emergir mais flores no asfalto. Que possamos também enxergar as flores no asfalto.

Referência

ANDRADE, Carlos Drumond. A flor e a náusea. *In*: ANDRADE, C. D. **A rosa do povo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.