

Desvelando o fenômeno religioso... com o Prof. Dr. Luiz Signates

Luiz Signates – Pontifícia Universidade Católica de Goiás | Goiânia | Goiás | Brasil. E-mail: signates@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0001-9348-9295>



Luiz Signates é professor associado IV da Universidade Federal de Goiás, junto ao Mestrado/Doutorado em Comunicação, na linha Mídia e Cidadania e docente efetivo do Mestrado/Doutorado em Ciências da Religião, na linha Cultura e Sistemas Simbólicos, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Leciona também nos Cursos de Jornalismo de ambas as instituições. É Pós-Doutor em Epistemologia da Comunicação (Unisinos), Doutor em Ciências da Comunicação (USP), Mestre em Comunicação (UnB), Especialista em Políticas Públicas (UFG) e graduado em Comunicação Social - Jornalismo (UFG). Fundador e membro das Academias de Letras de Goiânia e de Aparecida de Goiânia. Sócio do Instituto Signates Consultoria, Pesquisa e Editoração Ltda.

Pesquisador-cooperador da Associação Espírita de Pesquisas em Ciências Humanas e Sociais - AEPHUS. Cooperador da Associação Brasileira Espírita de Defesa dos Direitos Humanos e Cultura da Paz - Abrepaz. Coordena os Núcleos de Pesquisa em Comunicação, Cidadania e Política (NPCCP/UFG), Comunicação e Religiosidade (NPC-Cor/UFG) e o Grupo de Pesquisa Interdisciplinar sobre o Espiritualismo Brasileiro e Internacional (Interespírito). É pesquisador nas áreas de Comunicação e de Ciências da

e-issn: 2177-5788

©2021. Conteúdo de acesso aberto, distribuído sob os termos da Licença Internacional da Creative Commons –CC BY-NC-SA –Atribuição Não Comercial –Permite distribuição e reprodução, desde que atribuam os devidos créditos à publicação, ao(s) autor(es) e que licenciem as novas criações sob termos idênticos.



Religião. No campo científico da comunicação, atua principalmente nas temáticas: ecologia da comunicação, epistemologia e metodologia da pesquisa em comunicação, comunicação e política, comunicação e religiosidade, comunicação e cidadania, e comunicação e teoria social crítica. Na área de ciências da religião, dedica-se ao estudo do espiritualismo brasileiro, com enfoques ecológico, antropológico, sociológico e comunicacional. Autor dos livros: "Epistemologia da Comunicação: reflexões metateóricas sobre o especificamente comunicacional" (Cegraf UFG, 2021); "Comunicação em tempos dúbios: construções de sentidos e discursos na era das *fake news*, da pós-verdade e das encenações midiáticas" (Editora PUC-Goiás, 2021); "A sombra e o avesso da luz: Habermas e a comunicação social" (Goiânia: Kelps, 2009); "Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa" (Goiânia: UFG, 2016); "Política no feminino? A imagem da mulher candidata nas eleições municipais de Goiânia" (Goiânia: Grafset, 2010).

Com esta apresentação vem também o convite para acompanharmos as ideias do pesquisador...



REU - Por que a persistência do fenômeno religioso nos dias atuais, apesar de todos os avanços da modernidade?

Porque o fenômeno religioso é mais do que julgava sobre ele a crítica iluminista. A emergência e o desenvolvimento da modernidade europeia se deram fortemente contra a religião, por razões históricas. A Idade Média caracterizou-se pelo predomínio da religião como fonte e legitimação de todo o saber possível, posicionando as famílias nobres, proprietárias das terras, também como ocupantes dos mais altos cargos da Igreja. Com a emergência econômica da burguesia – parte da plebe que enriqueceu com o comércio de especiarias –, as lutas que culminaram nas revoluções liberais ocorreram não apenas contra a nobreza, mas também contra o clero, o que promoveu um movimento que exigiu a laicização do Estado e também do conhecimento. Essa separação entre a fé e a razão, que fez nascer a ciência e, depois dela, a tecnologia e a indústria mecanizada, foi a fonte da ideia de ilegitimidade ao fenômeno religioso. Entretanto, no século XX, com o surgimento das ciências sociais e, em meio à querela positivista, a emergência de uma epistemologia própria para as humanidades, o estudo compreensivo dos fenômenos de fé tornou-se relevante, para explicar as relações humanas.

Além disso, as expectativas iluministas de desaparecimento das religiosidades fracassaram, pois as promessas de pleno conhecimento de todas as coisas a partir da ciência não foram cumpridas e, por isso, hoje temos mais religiões do que jamais tivemos na história. Não há dúvidas de que a racionalidade científica ocupa um lugar indiscutível de superioridade, no que diz respeito a garantir a verdade, nas áreas sobre as quais se debruça. Entretanto, mesmo com toda a ciência que temos, perguntas fundamentais da vida humana restam irrespondidas, especialmente aquelas que tocam a finitude humana e os valores éticos. O enorme conhecimento científico conquistado pela Humanidade não trouxe mais esperança, paz ou felicidade para o mundo da vida.

As religiões, portanto, prosseguem como lugar de construção de identidades solidárias e de promoção da esperança diante do sofrimento e



da morte. Foi nesse sentido que, debatendo as possibilidades do pensamento pós-metafísico, o filósofo Jürgen Habermas admitiu que:

[...] a religião, que foi destituída de suas funções formadoras de mundo, continua sendo vista, a partir de fora, como insubstituível para um relacionamento normalizador com aquilo que é extraordinário no dia-a-dia. [...] Enquanto a linguagem religiosa trazer consigo conteúdos semânticos inspiradores, que não podem ser jogados fora [...], a filosofia, mesmo em sua figura pós-metafísica, não poderá desalojar ou substituir a religião” (HABERMAS, 1990, p. 61).

REU - Quais as principais implicações do espalhamento dos processos e tecnologias comunicacionais, com foco nos que envolvem as religiões, no cotidiano das pessoas?

Para as religiões, as rupturas dos casulos identitários talvez seja a principal consequência dos processos de midiaticização. Não é mais possível restringir o conhecimento dos fiéis aos parâmetros de um único sistema de crença, sem operar formas simbólicas violentas de restrição do acesso às disponibilidades comunicacionais cada vez mais comuns nas sociedades contemporâneas. E as instituições religiosas possuem cada vez menos condições, seja de contexto social e cultural, seja de instrumentos institucionalizados de poder, para operar tais formas de restrição comunicacional a seus fiéis.

Num quadro assim, as religiosidades estão cada vez mais compulsoriamente lançadas em contextos de pluralidade de sentidos, nos quais os dogmas veem-se em permanente disputa, em situações de polêmica ou de dialogicidade. Os grupos religiosos que, em defensiva, têm buscado situações de sigilo ou de silêncio, arriscam-se cada vez mais a se tornarem irrelevantes. E os que partem para a disputa simbólica, que são a maioria, expõem-se a ponto de não conseguirem preservar seus dogmas originais, livres de releituras e reinterpretações que não raro redundam em fragmentações e cismas. Não é de hoje que a alteridade, uma realidade ontológica cada vez mais visível em uma sociedade que tudo transforma



em comunicação, constitui um desafio impressionante para os agrupamentos religiosos, ciosos da preservação de suas identidades.

Certos dessa natureza conflitiva da relação entre religião e comunicação, no mundo contemporâneo, urge reconhecer os modos como isso se dá. E, pelo que temos percebido, emergiram duas formas bem nítidas de religiosidade, a midiaticização das igrejas e as igrejas midiáticas. A primeira constitui a adaptação das práticas religiosas tradicionais aos ritos midiáticos, como as missas e cultos com transmissão remota. E as segundas são as formas rituais estabelecidas diretamente no meio virtual, como os pregadores e terapias religiosas online, que atuam à maneira dos youtubers, influencers e subcelebridades. Ambos constituem modos de inserção das práticas religiosas nos sentidos comunicacionais estabelecidos pelas relações virtualizadas, que passam a ser consumidos de forma plural e fracamente conectada pelos públicos feitos de internautas trânsfugas e em geral desinstitucionalizados.

Emerge dessa realidade uma nova espiritualidade, supradenominacional, fragmentária e utilitária? Quais os sentidos para os quais essas novas relações religiosas se encaminham? Estas são algumas das perguntas que encaminham as novas pesquisas, no campo cada vez mais largo dos estudos das ciências da religião.

REU - Que objetos de estudo em comunicação podem ser delineados na interface mídia/religião?

Nas pesquisas e ensaios que tenho lido, observo três tipos de abordagens, bastante nítidas, embora não raro imbricadas em visões que transpõem de uma para outra. Uma delas é a que estuda o uso das mídias pelas religiões. Emerge, em geral, nesses estudos, uma visão instrumental da comunicação, isto é, as mídias são abordadas como meios pelos quais as instituições e credos se propagam, no contexto das sociedades modernas.

A outra é a que trabalha buscando os novos conteúdos religiosos das experiências midiáticas. Aqui, insere-se a percepção da midiaticização das



relações sociais, como um sintoma generalizado da vida contemporânea, e da experiência religiosa como uma especificidade na construção do objeto, ou seja, como uma das peculiaridades do processo de mediação.

A última é a que produz a ideia de que os ritos e processos religiosos são comunicacionais desde o princípio, conferindo assim centralidade completa ao imbricamento entre o comunicacional e o religioso, na medida em que tenta estabelecer a relação entre o sagrado e o profano, que demarca o sentimento religioso, como uma relação simbólica, sendo, portanto, obrigatoriamente comunicacional seu modo de produção e circulação.

Trata-se, esta última, de uma visão que critica e, por isso, supera a noção instrumental de comunicação, reconhecendo que esta visão implica numa dicotomia ou numa disjunção insustentável, já que comunicação e religiosidade não são práticas separáveis. A ideia de “religiões sem mídia” e “religiões com mídia” implicam numa percepção restritiva e reducionista da mídia, como se esse conceito pudesse ser adstrito às instituições chamadas, incorretamente, de “meios de comunicação de massa” (emissoras de rádio e televisão, especialmente). No livro em que busquei pensar criticamente a teoria da ação comunicativa de Habermas (SIGNATES, 2006), logo no início procurei desfazer essa noção, argumentando que (1) tais organizações não são meios, pois não cumprem função meramente mediadora, e sim instituições, dotadas de interesses, linguagens, processos e vínculos próprios; (2) os públicos conectados a elas, como bem expressou Williams (1969) não são nem se comportam como massa, no sentido sociológico original deste termo, forjado pela pesquisa norte-americana da primeira metade do século XX, a partir dos estudos do comportamento de multidão de Le Bon, na origem da psicologia social; e, por isso, (3) o conceito de comunicação diz respeito a algo mais denso do que pode exprimir uma hipótese transmissionista, feita para garantir a ideia de “manipulação”, inscrita no modelo da indústria cultural, cujo pressuposto seria de que a homogeneidade da produção ou da distribuição dos conteúdos permite supor a homogeneização dos processos



e procedimentos de compreensão e interpretação (também imprecisamente chamados de “recepção”).

A partir de uma visão teórica na qual a comunicação estrutura de forma central o objeto, emergem diferentes temas de pesquisa, que percorrem todo o circuito do pensamento filosófico-científico, do epistemológico ao metodológico. No âmbito da discussão epistemológica, percebemos que as religiosidades, estabelecidas como modos comunicacionais de ser, fazem emergir de forma nítida uma tensão fundamental entre comunicabilidades e incomunicabilidades: aquela que se registra entre o dogma e a conversão. Em outras palavras, toda articulação religiosa promove alguma forma pragmática, histórica e contextual de estabelecer esse conflito, sem jamais resolvê-lo. E, a partir dessa incidência, uma teoria da religião como comunicação emerge, no reconhecimento de que as religiões são feitas de comunicação e, portanto, organizações religiosas são, como as mídias e as escolas, instituições de poder simbólico, isto é, cujos modos de produção e reprodução de suas identidades e poderes se dão pela circulação simbólica de sentidos e, inclusive, pela capacidade de impô-los, na produção cultural.

O conceito de midiatização não é distante dessa concepção, na medida em que estabelecamos o devido distanciamento entre esse conceito e os artefatos tecnológicos que fundamentam a materialidade das comunicações midiáticas no mundo contemporâneo. Há pesquisadores que insistem em perceber a midiatização a partir da generalização das tecnologias, mas os principais autores que trabalham esse conceito têm sido claros em não confundir tais abordagens. Midiatização diz respeito a uma prática social, na qual a comunicação se torna um episódio generalizado de ordenamento e organização da sociedade; as tecnologias compõem esse contexto, sem defini-lo, pois os sentidos da midiatização extrapolam os algoritmos e sinais digitais em circulação nas redes digitalizadas, alcançando também o cotidiano das relações face-a-face e os dispositivos interacionais não tecnologizados (FAUSTO NETO, 2008).



Temos, assim, que o fenômeno da mediação religiosa ou das religiões mediadas constituem um episódio ou um tipo de fluxo específico e contemporâneo do sistema definidor e característico da religiosidade enquanto tal. Não são, portanto, religiosidades tão novas assim, essas que são vivenciadas mediaticamente, e sim um prolongamento social mediado das vivências comunicacionais que sempre fundaram e organizaram os sentimentos religiosos e sua capacidade de constituir identidades, programar os ritos sociais e articular o sentido do mundo.

Com isso, saímos da pergunta demasiado simplista sobre como as religiões “usam” as mídias, para um tipo de indagação que busca encarar as vivências religiosas, institucionalizadas ou não, de modo intrinsecamente comunicacional. As religiões não “usam” as mídias: elas são e sempre foram midiáticas, no sentido comunicacional do termo. Os deuses sempre manifestaram sua presença em ações de “aparecimento” para os grupos sociais; os sacerdotes sempre se colocaram como “mediadores” ou “portavozes” da palavra sagrada, haurindo daí sua legitimidade e sua autoridade; as experiências religiosas sempre se estruturaram na produção de relações sociais significativas, cujo sucesso é configurado pela capacidade de estruturar identidades sociais fortes e prolongar-se no tempo, pela fundação de tradições comunicadas intergeracionalmente; e, claro, a amplitude comunicacional da religiosidade se altera historicamente, desde um tempo em que constituía a fonte de todo o conhecimento possível até a situação atual, em que foi reduzida a uma atividade privada e implicada numa experiência de fé nem sempre articulada com a razão e o conhecimento, fortemente laicizados pela ciência e a filosofia moderna, com as quais tensiona sentidos até hoje.

Assim, num mundo em que a comunicação ganha as dimensões da mediação de toda a experiência humana, as questões da dialogicidade religiosa tornam-se imediatamente relevantes, presumindo não mais uma comunicabilidade de aparecimento ou de anúncio, mas também uma dialogicidade de permuta de sentidos e mesmo evolutiva. É evidente que tais sentidos não permitem falar de diálogo no sentido romântico do termo,



pacífico e comprometido com consensos razoáveis, e sim de conflitualidades de todo porte, nos âmbitos intra e interreligiosos. Tais desafios constituem interessantes objetos de pesquisa, para o campo dos estudos de comunicação e religião.

Nesses termos, emerge também a busca por compreender os novos sentidos da religião em sua presença no espaço público, imbricada com as questões sociais, políticas e culturais das sociedades. Isso porque a redução burguesa da religiosidade ao âmbito da vida privada não fez com que as tradições e instituições religiosas abandonassem suas pretensões totalizantes, senão para a descrição do mundo, ao menos para a estruturação da vida moral das sociedades. Lá aonde a ciência e a filosofia não alcançam uma resposta suficientemente objetiva para as angústias humanas – e esse espaço ainda é a maior parte da atividade cotidiana de cada um de nós – as religiões comparecem, com seu arsenal de mitos, dogmas e regras, fazendo valer a disputa pela presença do divino na vida humana.

Diante dos dilemas da modernidade, as religiosidades disputam sentido na esfera pública, propondo mudanças ou lutando contra elas, disputando comunicacionalmente os espaços na política e na cultura. E essa presença conflitiva da religiosidade na sociedade constitui um campo extremamente rico de pesquisa empírica em nossa área.

A partir desse corte, os estudos de interface se multiplicam, tangendo as relações entre religião e praticamente todas as áreas da atuação humana: comunicação política, cidadania, direito, conflitos de gênero, saúde pública, segurança, educação etc., além, como é autoevidente, as dimensões do trabalho das formações profissionais demarcadas pela própria comunicação, quais sejam o jornalismo, a publicidade, as relações públicas, o cinema e a arte.

Nesse íterim, o que não se deve perder é a dimensão do especificamente comunicacional, para a demarcação do objeto, pois é essa visada aquilo que, a meu ver, poderá garantir que nosso trabalho decorra



em conhecimento em comunicação, e não em uma sociologia ou uma antropologia de segunda classe.

REU - O que seria especificamente comunicacional na experiência religiosa e como isto se relaciona ou tensiona o cenário de pós-verdade?

Na área da comunicação, meus estudos têm se encaminhado para posicionar a religião como um campo privilegiado de estudos, aquele que melhor demonstra a conflitualidade típica dos processos comunicacionais: a tensão entre comunicabilidades e incomunicabilidades (SIGNATES, 2013). Nas dinâmicas religiosas, essa tensão é polarizada pelas figuras do dogma, que comunicacionalmente se define como uma incomunicabilidade básica – a dos princípios fundamentais da identidade religiosa –, por ser o núcleo indiscutível da crença; e a conversão, especificada como o episódio de comunicabilidade máxima, que é quando a relação simbólica religiosamente demarcada promove a transformação do outro. Nesses termos, tenho estudado as mais diversas dinâmicas comunicacionais, inscritas na história e nas relações do homem com o espanto do sagrado.

A meu ver, o especificamente comunicacional da experiência religiosa radica-se sobretudo nessa tensão. É preciso que se diga que a busca pela construção do objeto como uma tensão é uma estratégia epistemológica relevante e fundamental. Primeiro, porque abandona a ideia de que precisamos ter uma definição única e consensuada de comunicação, para desenvolvermos os nossos estudos. Grande parte da exogenia, para Signates (2016), dispersão teórica que caracteriza nossa área de conhecimento no Brasil deriva da diversidade conceitual que recebe o conceito de comunicação. Ora, o professor Braga (2011) tem insistido que a diversidade é uma riqueza e não um defeito; logo, confundir a diversidade com a dispersão é transformar uma riqueza num problema. Essa confusão tem levado teóricos como o grande professor Ciro Marcondes Filho, de saudosa memória, a buscar uma definição precisa e forte para o conceito de comunicação, como ele fez com a sua Nova Teoria da Comunicação,



conforme Marcondes Filho (2004). A definição de Ciro para a comunicação é extremamente bem resolvida, não somente porque tem precisão, mas porque foi produzida por ele em diálogo com os melhores pensadores de nossa época e com a própria história da filosofia. Entretanto, o mesmo movimento que posicionou fortemente o conceito de comunicação nas noções de diferença e acontecimento, de indiscutível valor ético para a vida contemporânea, aparentemente fechou a possibilidade de dialogar com outras conceituações para a comunicação. Na prática, o que Ciro Marcondes Filho acabou produzindo foi “uma” teoria a mais para a comunicação e não uma “nova teoria” da comunicação, no sentido de efetuar um “*turning point*” nos estudos teóricos da área. Em outras palavras, em nome da precisão definidora, ele pugnou pela eliminação da dispersão com o sacrifício da diversidade. Embora eu acredite que não podemos lançar fora o seu esforço, como erroneamente muitos colegas têm feito, ao ignorar sua contribuição, creio que a experiência vivida por ele na área nos mostra claramente que devemos buscar primeiro um caminho metateórico.

Em meu trabalho, tenho investido na recuperação da dialética como modo de delinear o objeto, isto é, como caminho para estabelecer o que é o específico da comunicação, que, a meu ver, não é um ou outro significado para o conceito e sim a busca por tensões comunicacionais.

Nesse sentido, os estudos de comunicação e religiosidade têm sido para mim fundamentais, por uma razão específica: percebi que o ambiente religioso é aquele que mais claramente mostra as tensões comunicacionais. O esforço de incomunicabilidade, por um lado, estabelecido na produção e na manutenção do dogma como referencial identitário, e, por outro, a luta por comunicabilidade, demonstrada tanto nas atividades apologéticas, conversionistas e catequéticas, quanto na busca sempre renovada por legitimidade pública para as práticas de fé, constituem uma polarização muito nítida, embora ela se efetue de um modo, para cada denominação ou grupo que se estude. Observe que o estudo dessa tensionalidade não é diretamente dependente do significado que se dê ao conceito de comunicação adotado, isto é, a diversidade das definições pode ser



tranquilamente acolhida para a leitura dos contextos dialéticos em que as comunicabilidades e incomunicabilidades empiricamente aconteçam. Ao contrário, a existência de diferentes noções de comunicação é, nesses casos, enriquecedora para a produção do conhecimento.

Observemos, nesse sentido, o aspecto de destaque de sua pergunta, o cenário de pós-verdade. De um ponto de vista comunicacional, a ideia de pós-verdade fundamenta-se no conflito entre duas noções de verdade, que interpreto a partir de um olhar voltado para a comunicação: a verdade como produto lógico do método e da argumentação racional e a verdade como veracidade, ou como impressão de verdade capaz de convencer e gerar legitimidade para proposições não obrigatoriamente lógicas, já que o espaço da veracidade implica em juízos não necessariamente racionais, como aqueles implicados nos jogos emocionais e nas expectativas do senso comum. Em outras palavras, a verdade como imperativo lógico e a verdade como consenso intersubjetivo, dentro de uma formulação na qual este conceito de consenso é percebido para além da formulação racionalista dos consensualistas alemães, já que elementos emocionais e tentativos são também considerados. Importante frisar que, na circulação dos conteúdos de verdade dentro do meio acadêmico, ambos os significados são coincidentes e reforçam-se mutuamente, isto é, o texto científico é logicamente construído e a relação interpares busca consensos para as verdades em debate. Entretanto, quando não se trata de texto acadêmico e a circulação se generaliza no largo espaço do senso comum das sociedades, essas modalidades de verdade tendem não somente a se separarem, como a se distanciarem, com a arriscada prevalência do tipo comunicacional, isto é, a verdade legitimada ser aquela que mais circula e não a que melhor obedece aos imperativos lógicos. Eis o fenômeno que vem sendo chamado de “pós-verdade”, em vista de sua incidência ter aumentado exponencialmente com a emergência das relações viabilizadas pela internet, conforme Signates (2019).

Interessante observar ainda que as preocupações com a pós-verdade e com um de seus produtos mais singulares, a “fake news”, têm se



direcionado para duas providências, que, analisadas, constituem os polos da tensão com a qual tenho trabalhado: por um lado, propugna-se a repressão à circulação das mensagens reconhecidamente falsas, isto é, uma ação que propõe sua incomunicabilidade; e, de outro, o trabalho de “check news”, consubstanciada na produção de conteúdo que desminta, corrija e superponha as mensagens errôneas por aquelas verdadeiras, ou seja, uma ação de comunicabilidade. Em síntese, às tensões fundadas pela comunicação buscam-se soluções igualmente tensionadas e tensionadoras, demonstrando que os processos comunicacionais não se resolvem, mas se alteram, produzindo diferenças na medida em que se reproduzem metateoricamente.

As religiões, evidentemente, não estão ausentes dessa processualidade. A verdade religiosa é comunicacionalmente produzida, sem que possa ser imediatamente estabelecida como “pós-verdade”, por se tratar de elemento de estruturação identitária, usualmente enraizado nas tradições culturais relacionadas à visão do sagrado. Mesmo que historicamente reconheçamos os conflitos entre razão e fé, que perpassaram a mentalidade medieval e foram praticamente invertidos ao longo da modernidade, rotulando como falsos e ilusórios os conteúdos de crença, não é possível generalizar essa aceção, como tentei frisar na primeira resposta. Os conteúdos de fé abrangem, em maioria, questões que não são resolvidas pela racionalidade científica, e dizem respeito a imperativos éticos, cuja formulação legítima é e será sempre a produção de consensos intersubjetivos, respaldados por tradições e mundividências relacionadas ao mundo da vida de cada sociedade.

Entretanto, não é incomum encontrarmos *fake news* respaldados em argumentos religiosos, o que insere os conteúdos de fé no âmago dos conflitos da pós-verdade e, por isso, continuamente desafiados pelas racionalidades em curso, especialmente aquelas relacionadas às ciências sociais, cujas conclusões são as que melhor se aproximam e dialogam com as religiosidades. Este, aliás, é um vasto campo para a pesquisa em comunicação e religiosidade.



Assim, portanto, a partir dos estudos de comunicação, temos muito a descobrir dos modos de produção e reprodução do sentido do religioso, mas, o que considero mais relevante é o que os contextos religiosos podem nos ensinar sobre comunicação.

REU - Qual o potencial da proposta do Papa Francisco de consulta aos seguidores – o que está sendo chamada de a maior consulta democrática da história da Igreja - para transformações da Igreja Católica? Qual é a questão política envolvida nesta proposta?

Uma das ambiências religiosas mais interessantes de se pesquisar é a relação da Igreja Católica com a comunicação. Recentemente, prefaciei um trabalho de tese – Silva (2020) - que deverá ser transformado em livro, mas ainda não publicado. Nesse trabalho, efetuei uma rápida análise dos diferentes modos como a Igreja tensionou comunicabilidades e incomunicabilidades, ganhando e perdendo, ante os desafios de cada época. A partir do século XV, a invenção do livro a partir da prensa de Gutenberg e a emergência da Reforma Protestante promovem uma onda de disponibilidades e acessos a conhecimentos e formas de pensar que desafiam a veneranda instituição. O entusiasmo inicial da autoridade papal logo deu lugar à reação violenta diante da inequívoca perda de controle do pensamento. À comunicabilidade burguesa, impôs-se a incomunicabilidade do Index, corporificada na bula papal Inter Multiplices, do Papa Inocêncio VIII, seguida pelas perseguições inquisitoriais do Santo Ofício. O fracasso não se faria esperar, contudo, com a queda dos Estados Pontifícios e o afastamento da Igreja das determinações políticas da Europa moderna e capitalista.

A reação seguinte, tardia, viria com Pio IX, em 1864, na Encíclica Quanta Cura, que sinaliza pela primeira vez a busca pelo proveito das novas tecnologias de comunicação, em favor dos postulados tradicionais. Devagar, os pontífices vão cedendo às lógicas midiáticas e conduzindo a Igreja a uma convivência mais interativa com as contradições das sociedades contemporâneas. Já no século XIX, não era mais possível à



Igreja resistir aos avanços comunicacionais sem comprometer sua própria sobrevivência. Num primeiro momento, assimilou a noção instrumental e belicista da comunicação, a de que era preciso apropriar-se das armas da comunicação, a fim de voltá-las para o bem, conforme pontua a Encíclica *Vigilanti Cura*, de Pio XI, dando início a uma onda de novas organizações voltadas para a difusão da mensagem cristã, com editoras, emissoras e produtoras de cinema, a serviço do moralismo evangelizador. Impossível não perceber aí o modo como a tensão comunicacional se dá, pelo esforço de se produzir uma comunicabilidade conservadora, na qual os dogmas sejam reforçados, quanto mais fossem traduzidos pelas novas linguagens midiáticas.

Com Pio XII, assume a Igreja uma nítida influência frankfurtiana. A encíclica *Miranda Prorsus* refere-se a processos manipulatórios, critica a indústria cultural e posiciona o papado contra os monopólios dos meios e afeiçoado à sua democratização. Estas foram as bases para o Concílio Vaticano II, o mais importante movimento de transformação comunicacional da Igreja Católica, desde as viagens e pregações de Paulo de Tarso, narradas pelos Atos dos Apóstolos. Comunicacional do começo ao fim, o Vaticano II não apenas tematizou a comunicação, mas estabeleceu novos formatos, nitidamente comunicacionais, para a liturgia católica, abrindo a Igreja para os problemas sociais e as transformações do mundo, bem como para o ecumenismo e o diálogo interreligioso.

Desde então, a Igreja Católica vivencia experiências de intensa comunicabilidade, como se deu com o Papa João Paulo II, malgrado seu conservadorismo, seguidas de refluxos de incomunicabilidade, como no severo pontificado de Bento XVI, seguido, novamente, por uma onda de abertura, tangida agora pelo Papa Francisco. A consulta que tem sido feita hoje pela Igreja à comunidade católica do mundo constitui um capítulo a mais dessa experiência comunicacional, e, com certeza, constituirá num interessante objeto de pesquisa o acompanhamento dos processos e, sobretudo, das consequências que esse episódio pode ter para a Igreja e a cristandade como um todo.



Referências

BRAGA, José L. Dispositivos interacionais. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 2011. **Anais** [...]. v. 20, p. 1 -15. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/35160767/68580483-dispositivos-interacionais-braga.pdf>. Acesso em: 18 set. 2021.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 8, 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Pensamento metafísico**: estudos filosóficos. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O escavador de silêncios**: formas de construir e de desconstruir sentidos na comunicação. São Paulo: Paulus, 2004.

SIGNATES, Luiz. **A sombra e o avesso da luz**: Habermas e a comunicação social. Goiânia: Kelps, 2006.

SIGNATES, Luiz. A comunicação, entre o dogma e a conversão: o especificamente comunicacional na religiosidade contemporânea. **Estudos de Religião**, São Paulo, v. 32, n. 3, p. 27-49, 2019.

SIGNATES, Luiz. Cisma Religioso e Disputa Simbólica: tensão comunicacional no espiritismo brasileiro e panamericano. **Fragmentos de Cultura**, Goiânia, v. 23, n. 1, p. 39-50, 2013.

SIGNATES, Luiz. Da exogenia aos dispositivos: roteiro para uma teorização autônoma da comunicação. **Líbero**, São Paulo, v. 36, p. 143-152, 2016.

SILVA, Fábio G. **O diálogo inter-religioso como caminho aberto à paz e à solidariedade na perspectiva dos pontificados de João Paulo II e Francisco**. 2020. Tese (Doutorado em Ciências da Religião) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião, PUC Goiás, Goiânia. 2020.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade**: 1978-1950. São Paulo: Editora Nacional, 1969.