

**ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO
OS DESAFIOS DE (RE)PENSAR OS PROCESSOS COMUNICACIONAIS NOS
MOVIMENTOS RELIGIOSOS NÃO MIDIÁTIZADOS¹**

Ronivaldo Moreira de Souza²

Resumo

Este artigo tem como objetivo trazer uma reflexão teórica sobre a natureza epistemológica e metodológica dos estudos realizados na intersecção entre comunicação e religião. Partindo da constatação da tendência *midioentríca* desse campo investigativo, propomos a Ecologia da Comunicação de Vicente Romano como uma perspectiva investigativa para fenômenos religiosos não midiáticos. Sugerimos de maneira bastante sucinta horizontes, perspectivas e fenômenos que podem ser contemplados por uma perspectiva ecomunicacional.

Palavras-chave: Ecologia da Comunicação. Religião. Movimentos Religiosos não midiáticos.

Abstract

This article aims to bring a theoretical reflection on the epistemological and methodological nature of the studies carried out at the intersection between communication and religion. Starting from the *midioentríca* tendency of this research field, we propose the Ecology of Communication of Vicente Romano as a research perspective for non-mediated religious phenomena. We suggest very succinctly horizons, perspectives and phenomena that can be contemplated by an ecomunicational perspective.

Keywords: Communication Ecology. Religion. Religious movements not mediated.

Introdução

As pesquisas em comunicação, especialmente as voltadas para os processos comunicacionais, dão atenção especial ao funcionamento dos aparatos tecnológicos como mediadores. A centralidade dos meios tem sido tal, que o elemento humano colocado nas extremidades deste processo - ora como emissor, ora como receptor - se configura como mero agente afetado pela influência destes meios.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Ecologia Comunicativa Comunitária (GT 3), do VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018.

² Doutor em Comunicação Social, Pós-doutorando em Comunicação Social pela UNIP. Bolsista integral CAPES. ronivaldomds@gmail.com.

De igual modo, os estudos produzidos na interseção entre mídia e religião se interessam preponderantemente pelos movimentos religiosos midiáticos e pelas novas formas de manifestação religiosa possibilitada pela chegada das novas tecnologias com capacidade de rede.

Sem dúvidas, o conceito base nos estudos de Eliade (1992) sobre as práticas religiosas não dão conta de explicar sozinho as metamorfoses ocorridas nesse campo resultantes da relação entre religião e mídia. Contemplar o sagrado como aquilo que se opõe ao profano não pode, por si só, explicar a relação do homem com a religião na contemporaneidade. Porém, os estudos seminais de Eliade (1992) e Otto (2007) sobre a interação humana com o sagrado apontaram para uma relação comunicativa cuja apreensão e experimentação é de natureza sinestésica e corpórea.

Sendo assim, fugindo da tendência que Miklos (2016, p.71) classificou criticamente como *midicêntrica*, propomos a Ecologia da Comunicação como uma mudança de paradigma de natureza epistêmica e metodológica para pensar os processos comunicacionais na religiosidade popular. Tendo a pesquisa bibliográfica como metodologia, partiremos de Vicente Romano (1993; 2004) e dos conceitos que influenciaram sua teoria apontando novos horizontes para investigar processos comunicacionais religiosos, não mediados. Propomos pensar o corpo humano como um meio primário, origem e destino de toda comunicação, e os processos comunicativos não mediados que o envolve.

Pensar a comunicação de maneira ecológica é ir além de pensar os indivíduos como pontos extremos (emissor/receptor) de uma relação linear mediada por tecnologia. É contemplar o sujeito *biopsicossociocultural* – recuperando o termo proposto por Morin (1979) – como parte integrante do processo situado em um ambiente que lhe permite afetar e ser afetado por este processo.

Dá a apropriação do termo das ciências biológicas. Pensar a comunicação sobre as bases da episteme ecológica é não separar o ser humano do meio ambiente natural. Nas palavras de Capra (2006, p. 23), a ecologia vê o mundo não como uma coleção de objetos independentes, mas sim, como uma rede de fenômenos interconectados e interdependentes. Neste sentido a ecologia contempla o ser humano também em sua dimensão espiritual.

Para esta reflexão teórica adotamos a premissa de que a religião é, também, um meio de comunicação (Pace, 2009), pois, consideramos que é por meio dela que o sujeito sócio-

religioso cria vínculos e estabelece as relações de comunhão com o *cosmos* e com o *nomos* (Berger, 1985).

Investigar a religião por esta perspectiva possibilita “estudar as constantes estruturais da relação e das práticas comunicativas entre sistema, religião e ambiente” (Pace, 2009, p. 10). Esta perspectiva propõe um deslocamento metodológico interessante, pois, vai além de pensar a religião nos meios de comunicação em sua relação com o universo mercadológico para percebê-la como o próprio meio no qual (ambiente) e pelo qual (meio de comunicação) os sujeitos se comunicam.

.

Cenário das pesquisas no campo de religião e comunicação no Brasil

Uma pesquisa em andamento desenvolvida pelo grupo de pesquisa Mídia, Cultura e Religião (MIRE) nos possibilita ver mais claramente o cenário das pesquisas desenvolvidas por programas de pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação, que tem como objeto de sua análise fenômenos religiosos.

Em meia década (2013-2018) foram produzidos 103 trabalhos com concentração na área das Ciências Sociais Aplicadas/Comunicação. Tendo como base da pesquisa o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES³, foram encontradas 17 teses e 86 dissertações que investigam fenômenos religiosos.

Para as intensões argumentativas deste artigo tomaremos como referência apenas alguns dos dados coletados neste levantamento. Dos 103 trabalhos encontrados, 90 investigam fenômenos religiosos em ambientes midiáticos, o que equivale a 87,5% do total das produções. A partir da leitura dos resumos destes trabalhos poderíamos afirmar que as pesquisas em comunicação no Brasil que investigam fenômenos religiosos se ocupam, quase que estritamente, em analisar a circulação das mensagens religiosas nos meios técnicos midiáticos.

Um segundo dado importante é que dos 103 trabalhos, 100 investigam fenômenos em religiões de matrizes cristãs, o que equivale a 97.1% das produções dentro do período pesquisado. A maior preferência dos pesquisadores é pelo Catolicismo (38 produções), Pentecostalismo (21 produções) e Neopentecostalismo (15 produções). Estes três seguimentos condensam 74% das pesquisas no campo de Comunicação e Religião. A preferência apontada

³ Disponível em: <http://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>. Acesso em Set. de 2018.

aqui tem relação direta com o dado anteriormente apresentado, visto que estes seguimentos do cristianismo são os que demonstram uma maior vinculação e adesão ao campo midiático.

Sobre o foco investigativo podemos afirmar que os trabalhos podem ser subdivididos em três grandes grupos: 1) *Os que enfatizam a ação dos emissores* – trabalhos que investigam a maneira como as instituições religiosas produzem e disseminam suas doutrinas e crenças nos meios de comunicação; 2) *Os que enfatizam a ação dos meios* – trabalhos que analisam os processos técnicos e as transformações que estes impõe à adaptação dos conteúdos religiosos nos meios de comunicação; 3) *Os que enfatizam a ação dos receptores* – trabalhos centrados nos estudos de recepção e/ou na nova configuração que os ambientes digitais possibilitam aos fiéis fazendo emergir um novo fiel/receptor menos passivo e mais ativo na co-produção das práticas religiosas.

Em síntese poderíamos afirmar que o grande foco investigativo das pesquisas em comunicação na intersecção entre religião e mídia, é *o processo de produção e circulação midiática de conteúdos religiosos*. Aqui temos algumas implicações que dão origem à reflexão desse artigo: 1) Se o fenômeno religioso é pensado apenas como *mensagem que transita pelos meios de comunicação*, logo, o que se investiga não são os fenômenos religiosos em sua complexidade, mas sim, os processos técnicos de produção e circulação midiática aos quais a religião se adapta; 2) Nesse caso, o papel de produção de vínculos é deslocado da religião para os aparatos técnicos que mediam uma relação entre os fiéis e uma determinada instituição religiosa, ou, entre os fiéis de uma mesma religião. Em outros termos, o que se investiga são as conexões e não os vínculos; 3) A predominância quase totalitária em privilegiar como objeto de estudo os fenômenos religiosos mediatizados parece cimentar uma falsa percepção de que não há riqueza suficiente nos fenômenos não mediatizados para que sejam tomados como objeto de estudo pela academia.

Diante do exposto propomos algumas considerações epistêmicas e metodológicas refletindo sobre percepções que acreditamos ser fundamentais nos estudos dos fenômenos religiosos. De início apresentamos a Ecologia da Comunicação como uma perspectiva epistemológica possível para análise de fenômenos religiosos que estejam à margem do processo de mediatização. Por fim, consideraremos algumas questões metodológicas que precisam ser repensadas nas pesquisas que contemplam estes fenômenos.

A Ecologia da Comunicação: uma epistemologia possível para investigação de processos comunicacionais

A ecologia da comunicação atua na tensão entre a função informativa e a função socializadora da comunicação, olhando criticamente para o fenômeno e propondo soluções. É uma proposta para repensar os processos comunicacionais por um viés mais amplo e orgânico.

Como forma de superar as inquietações sobre os efeitos das novas tecnologias, Vicente Romano (2004) propôs um viés de investigação mais equilibrado que não abrisse mão do olhar crítico, por um lado, mas que também não pendesse para uma perspectiva apocalíptica, por outro. Romano define assim a proposta investigativa da ecologia da comunicação:

Em seu sentido original de *oikos*, casa, lar, lugar de refúgio, segurança, bem-estar etc., a ecologia da comunicação pretende averiguar até que ponto a comunicação pode criar comunidades nas quais o mundo apareça como um meio adequado no qual o ser humano sintá-se à vontade (ROMANO, 2004, p. 149).

Para melhor compreender a proposta e o olhar da ecologia da comunicação é preciso entender as bases epistêmicas que sustentam o conceito.

A proposta teórica de Romano (2004) segue um roteiro que vai da crítica à proposta de soluções. A Ecologia da Comunicação se esforça primeiramente em descobrir as contradições dos sistemas atuais de comunicação e, por fim, aponta caminhos para superá-las.

As inquietações e as propostas de solução dos postulados de Romano são muito bem sintetizadas por Menezes:

Em *Ecología de la Comunicación*, o comunicólogo espanhol Vicente Romano problematiza as consequências ecológicas da colonização do biotempo dos seres humanos pela onipresença, durante as 24 horas do dia, dos aparatos eletrônicos de comunicação. Diagnostica que estamos diante de uma crise ecológica e propõe uma ecologia da comunicação com o objetivo de se adaptar as tecnologias da informação já disponíveis às condições e possibilidades da comunicação primária, do contato humano elementar e direto. Assim, questiona os efeitos do uso de equipamentos quando estes, na sua leitura, predominam sobre os contatos presenciais e propõe que as tecnologias, em particular as que privilegiam as telas, devam ser adaptadas às possibilidades do corpo humano e aos valores ecocomunicacionais (MENEZES, 2016, p.36).

As intervenções de Romano sobre a problemática se apoiam nos estudos de Harry Pross (1972) que pensou a comunicação a partir de três tipos de mídia: a primária, a secundária e a terciária. A mídia primária é o próprio corpo e Pross é categórico ao afirmar que ele é o princípio e o fim de toda comunicação. É esta mídia que dá sentido à existência de todas as outras, pois, independentemente de quanto aparato tecnológico exista entre os sujeitos, o corpo sempre estará presente nos nós dessa rede.

A mídia secundária surge primordialmente com a escrita e outras técnicas de reprodução de imagens. Ela passa a exigir um elemento extra-corpóreo para transporte da mensagem e, com isso, promove um deslocamento espaço-temporal entre produção e consumo da mensagem.

A mídia terciária, por sua vez, requer que o emissor e o receptor disponham do mesmo aparato tecnológico para que a comunicação se estabeleça: telefone, fax, computador, e etc.

Se na primeira parte do livro Romano (2004) se dedica a olhar criticamente para os efeitos da mídia terciária sobre as relações sociais e humanas, na segunda parte ele se debruça sobre a compreensão dos fenômenos comunicativos que cercam e que envolvem a mídia primária. Com muita propriedade expõe o envolvimento e o papel dos sentidos (tato, paladar, olfato, audição e visão) na comunicação primária contrapondo-os criticamente à comunicação menos sensível imposta pelas novas tecnologias.

É neste ponto que a problemática apontada por Romano (2004) se converte em uma proposta para investigar os fenômenos comunicativos na contemporaneidade, pois, pensar a comunicação de maneira ecológica é ir além de pensar os indivíduos como pontos extremos (emissor/receptor) de uma relação linear mediada por tecnologia. É contemplar o sujeito *biopsicossociocultural* – recuperando o termo proposto por Morin (1979) – como parte integrante do processo situado em um ambiente que lhe permite afetar e ser afetado por este processo. É desprender o olhar das funções dos aparatos tecnológicos entre os corpos para apreender a maneira como os corpos se comunicam em um mundo povoado pela tecnologia.

Daí a apropriação do termo das ciências biológicas. Pensar a comunicação sobre as bases da episteme ecológica é não separar o ser humano do meio ambiente natural. Nas palavras de Capra (2006, p. 23), a ecologia vê o mundo não como uma coleção de objetos independentes, mas sim, como uma rede de fenômenos interconectados e interdependentes. Neste sentido a ecologia contempla o ser humano também em sua dimensão espiritual, pois,

Quando a concepção de espírito humano é entendida como o modo de consciência no qual o indivíduo tem uma sensação de pertinência, de conexão, com o cosmos como um todo, torna-se claro que a percepção ecológica é espiritual na sua essência mais profunda (CAPRA, 2006, p. 23).

É nesta direção que Romano (2004) propõe um deslocamento epistemológico para os estudos de comunicação. Até agora estes estudos apenas reagiram às mudanças que o meio ambiente tem produzido nas mentes, corpos e sociedades. Faz-se necessário agora apreender e prever “não só os efeitos materiais, mas também os espirituais e sociais das extensões tecnológicas” (ROMANO, 2004, p. 148).

A partir desta perspectiva Miklos e Rocco (2018) apontam três enfoques na ecologia da comunicação:

- a) A questão do poder e do domínio – o processo de desenvolvimento e a aplicação das novas tecnologias são regidos por interesses econômicos em benefício privado
 - b) O psicológico – a comunicação é constitutiva para a formação da identidade, a interação social e a socialização
 - c) O sistêmico – que responde ao caráter básico de restauração da comunicação.
- Isso significa que a comunicação social deve possibilitar o desenvolvimento da identidade, o desenvolvimento corporal e espiritual, a capacidade de relacionar-se, a competência de aprender e a ética da solidariedade (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 106).

Diante do exposto, entendemos que o olhar ecomunicacional pressupõe uma mudança de paradigma de natureza epistemológica e teórico-metodológica para investigação de processos comunicacionais. Aliás, nesse caso, vale a pena reiterar que *processos comunicacionais* não são sinônimos de *processos midiáticos* como frequentemente vemos nos estudos em comunicação.

Os processos midiáticos tendem a investigar a produção e circulação das mensagens nos meios tecnológicos. A centralidade está nos meios técnicos, na maneira como media as relações entre os extremos emissor/receptor, como atua nos processos de codificação e decodificação das mensagens, as competências técnicas que exige tanto dos emissores quanto dos receptores, a maneira como configura e media os papéis de emissores e receptores.

Quando fala de processos comunicacionais a Ecologia da Comunicação se refere a toda a complexidade que envolve o ser humano nas suas relações de identidade e alteridade,

no reconhecimento de seu lugar (*oikos*) no mundo e da comunicação como construção e significação desse lugar. A centralidade e o escopo investigativo não está na técnica, mas sim, no humano que deixa de ocupar as extremidades (emissor/receptor) para ocupar a centralidade do processo comunicativo.

O corpo como mídia primária adquire centralidade nessa proposta. E, por corpo, entende-se não apenas a dimensão biológica, mas também a cultural e social que o atravessam e o constituem. O corpo é a principal referencia a partir da qual nos constituímos e nos situamos no tempo e no espaço, definimos o agora e o depois, o perto e o distante, acima, abaixo e ao lado; e cada uma destas percepções, influenciadas pela cultura, adquirem valor social significativo: acima melhor que abaixo, direta melhor que esquerda, perto (do centro) tem mais valor que longe (do centro). Estas percepções que se transformam em valores nas práticas sociais são culturalmente aprendidas e experienciadas pelo corpo.

Portanto, analisar um processo comunicacional na perspectiva da Ecologia da Comunicação é olhar para esse corpo (um sujeito, ou uma comunidade específica) analisando as relações de comunicação e os vínculos que ele estabelece consigo mesmo e com o outro, com o seu entorno (ambiente) considerando suas percepções de tempo e espaço, e pontuando os traços culturais e sociais que são constitutivos e constituídos nessa comunicação.

Uma mudança de paradigma

O modelo matemático da comunicação de natureza funcionalista e linear previa um processo comunicacional orientado em uma única direção (do emissor para o destinatário). Comunicação, nesse caso, consistia em um sistema de transmissão de informação de um emissor para um destinatário (RUDGER, 2011, p. 20).

Nesta perspectiva o meio é uma ferramenta pronta da qual um dado emissor lança mão para transmitir uma mensagem a um destinatário. A mensagem se adequa ao meio e é formatada para transitar por ele. É o meio que determina e molda a forma e o conteúdo da mensagem.

As ações de codificação e decodificação são necessárias porque emissor e codificador possuem linguagens diferentes. A mensagem do emissor precisa ser codificada em sinal que torne possível seu trânsito pelo canal. Na outra ponta, o decodificador reconverte o sinal em mensagem compreensível ao destinatário.

Na perspectiva ecológica (ROMANO, 2004) a complexidade deste processo é muito maior. Sendo o corpo o meio primário, ele está em constante transformação a cada novo ato de comunicação. Sendo assim, a comunicação envolve um processo pelo qual o meio transforma-se constantemente no e pelo próprio ato de construção da mensagem.

Outro fator complexo é que diferente dos meios eletrônicos, o corpo como meio possui uma dimensão autoconsciente e autoreflexiva. É o único meio consciente de si mesmo e cuja ação reflexiva lhe permite transformar-se pelo ambiente e transformar o ambiente de acordo com suas necessidades e objetivos comunicativos. Na proposta ecológica, a comunicação se dá em um processo volitivo contínuo de transformação do meio pelo ambiente e do ambiente pelo meio (ROMANO, 1993, p. 15).

Pensar em uma perspectiva ecológica é ver além de um processo mecanicista. Não se trata de observar papéis estruturados (emissor/receptor), ações mecânicas (codificar/decodificar), ou funções estáticas (canais); trata-se de observar a vida comunicativa produtora e produto de um ambiente onde subjetividade e alteridade se complementam. É, indo além de uma comunicação mediada por um meio, apreender a comunicação entre os meios.

Fica evidente que as metodologias existentes são, em boa medida, instrumentos concebidos dentro desta perspectiva linear e, portanto, só podem dar conta da perspectiva ecológica da comunicação se passarem por adequação e transformação instrumental. Parece-nos igualmente evidente que metodologias que se concentram apenas na mensagem, ou nas técnicas dos meios, ou nos extremos (emissor/receptor), não abrangem toda a complexidade vislumbrada pela ecologia da comunicação. Daremos um exemplo a seguir.

Transformações de natureza instrumental e metodológica para investigação de fenômenos não mediados

Consideremos a Ecologia da Comunicação como uma proposta epistêmica para investigar fenômenos não midiáticos. Vamos sugerir para fins de exemplo que a pesquisa etnográfica seja tomada como metodologia. Nesse caso será preciso uma transformação instrumental que permita ao observador enxergar o fenômeno pelas lentes da Ecologia da Comunicação.

Se na pesquisa etnográfica a inserção do observador no ambiente investigado é o principal instrumento de apreensão e contemplação do objeto, podemos afirmar que essa transformação precisa ocorrer primeiramente no olhar do pesquisador para que consiga enxergar nuances do fenômeno que, normalmente, não são contempladas. Até então, a etnometodologia aplicada à comunicação tem sido realizada com a finalidade de:

observar comportamentos das pessoas em relação aos meios de comunicação pressupõe a inserção do pesquisador no ambiente investigado (uma família, uma gangue, um grupo profissional, uma comunidade etc.) e, em geral, objetiva observar como se processa a recepção das mensagens dos *mass media*, como elas são entendidas, decodificadas e reelaboradas ou entidades no contexto da cultura popular (PERUZZO, 2017).

Percebemos na afirmação acima que a etnometodologia aplicada à comunicação, tal como é atualmente, parte de três pressupostos: 1º) Que as pessoas e os meios são de natureza constitutiva diferente; 2º) Que o processo de emissão e recepção é mediado por aparatos tecnológicos que distinguem os dois extremos (emissão e recepção), e que o meio, por si só, é distinto de ambos (emissor e receptor); 3º) Que a mensagem transita do emissor para o receptor por meio dos aparatos tecnológicos.

Na perspectiva da Ecologia da Comunicação esses três pressupostos precisam ser repensados e o instrumento da etnometodologia precisa ser transformado para dar conta do objeto e do fenômeno ecológico pelo qual interessamos. Primeiramente porque se o corpo é uma mídia primária, início e destino de toda comunicação (PROSS, 1972), logo, emissor, receptor e meio possuem uma mesma natureza constitutiva. Sendo assim, não se pode investigar a recepção, a emissão e o meio como partes isoladas e distintas, mas sim, como elementos de um mesmo processo comunicativo.

A segunda transformação pela qual o instrumento precisa passar surge do fato de que na perspectiva ecológica não se pode estudar o meio apenas como uma organização de processos, mas sim, como um organismo. Se nos processos comunicacionais dos *mass media* a organização dos meios tem objetivos e efeitos econômicos, na perspectiva ecológica, por ter no corpo o principal meio, os efeitos e implicações não podem ser mensurados por números ou estatísticas, pois, como organismo seus efeitos são também biológicos (ROMANO, 1993).

Quando o corpo é a mídia, a emissão e a recepção emanam do mesmo meio, pois, não há ato comunicacional oriundo do corpo que não tenha no próprio corpo sua primeira recepção: ao falar, o sujeito que fala tem nele próprio o seu primeiro ouvinte e tem na sua

própria mente a primeira plateia do seu dizer antes mesmo que este dizer ganhe a forma sonora da palavra.

Na perspectiva ecológica a comunicação é fruto da coexistência e interação dos meios em um processo dinâmico de alternância e constante coparticipação na produção e consumo das mensagens. O grande desafio metodológico é que neste caso o meio, similarmente ao emissor e receptor, é de natureza *biopsicossociocultural*.

A terceira questão que precisa ser considerada é que a afirmação categórica de que *o meio é a mensagem* precisa ser ampliada na perspectiva ecológica. Se o meio tem a mesma natureza constitutiva do emissor e do receptor, e se todo emissor é primariamente um receptor, logo, o meio constitui a mensagem, mas, a mensagem também é constitutiva do meio. Pois, é quando se comunica com o outro que o indivíduo se torna sujeito da/pela comunicação. Portanto, em uma perspectiva ecológica, não se pode isolar a mensagem como um objeto a parte, mas sim, observar o duplo processo de construção da mensagem pelo meio e de construção do meio pela mensagem.

O corpo e a relação com o sagrado: sugestões investigativas para análise de fenômenos não midiáticos em uma perspectiva ecológica

Como se dá a relação do sagrado com o corpo? Como o corpo se situa no tempo e no espaço transitando entre o tempo sagrado e o profano, entre o espaço sagrado e o profano? Como as relações de identidade e alteridade se constituem na experiência com o sagrado? Que ações comunicativas se desdobram nesse processo mútuo de percepção, apreensão e mediação que o corpo exerce na relação com o sagrado? Como o cultural e o social atravessam essas experiências sinestésicas e comunicativas estabelecendo vínculos que em retorno transformam a sociedade e a cultura em um processo dinâmico e constante? Essas são algumas questões pertinentes à perspectiva ecológica.

Para compreendermos melhor a natureza dos fenômenos que propomos nesse texto como pertinentes à Ecologia da Comunicação, retomaremos Eliade (1992) e Otto (2007) e suas percepções sobre a relação entre o homem religioso e a divindade.

O teólogo alemão Rudolf Otto se propôs a analisar os aspectos irracionais na noção do divino. E por irracionais, Otto (2007) não estava falando daquilo que é desprovido de sentido, ou então, que não possua uma base crível, senão dos aspectos que não se podem traduzir em termos ou conceituar. São esses aspectos “irracionais” que fazem de Deus, *Deus*. O autor

entende que a definição de algo como sagrado se dá pelo reconhecimento de que há *algo a mais*, cujas palavras e os termos não podem conceituar e que foge a qualquer expressão linguística.

Otto investigou alguns aspectos do sagrado e de como ele é apreendido pelo ser humano. O sagrado atua na psique humana provocando uma efusão de sentimentos não descritíveis, uma vez que coloca o homem diante do *mysterium tremendum*, ou mistério arrepiante. Nesse ponto da teoria, Otto harmoniza a divindade com sua natureza sacralizada. O ser humano quando encontra com a divindade percebe-se diante de algo que não se compara a nada com o qual seus sentidos já tenham tido qualquer experiência. O humano se defronta com aquele que é *totalmente outro* e esse encontro suscita-lhe um assombro provocado por esse mistério arrepiante que o cerca.

Outra perspectiva muito interessante foi à desenvolvida por Eliade (1992). Ele se ocupou não em descrever as origens da religião, mas sim, em investigar as formas de manifestação do sagrado na experiência religiosa. Para ele sagrado é tudo aquilo que se opõe ao profano.

O sagrado se revela por meio de *hierofanias*, ou seja, a manifestação de algo de ordem diferente, que não pertence ao nosso mundo, em objetos que integram o mundo natural e profano. Esse paradoxo é constitutivo da experiência religiosa:

Manifestando o sagrado, um objeto qualquer torna-se outra coisa e, contudo, continua a ser ele mesmo, porque continua a participar do meio cósmico envolvente. Uma pedra sagrada nem por isso é menos uma pedra; aparentemente (para sermos mais exatos do ponto de vista profano) nada a distingue de todas as demais pedras. Para aqueles cujos olhos uma pedra se revela sagrada, sua realidade imediata transmuda-se numa realidade sobrenatural [...]. A pedra sagrada, a árvore sagrada não são adoradas como pedra ou como árvore, mas justamente porque são hierofanias, porque 'revelam' algo que já não é nem pedra, nem árvore, mas o sagrado (ELIADE, 1992, p. 13).

Na perspectiva de Eliade (1992), qualquer objeto do mundo natural é susceptível de revelar-se como sagrado. Portanto, não se pode opor profano e sagrado numa relação entre real e irreal. O sagrado está saturado de ser, equivale a poder, logo, é uma realidade por excelência. Profano e sagrado são dois *modos de ser* no mundo, duas situações existenciais que o ser humano assume.

A experiência religiosa desenvolve no *homo religiosus* uma maneira diferente de lidar com as dimensões do espaço e do tempo. Para o homem religioso o espaço nunca é homogêneo, pois, há espaços qualitativamente mais significantes que outros. O espaço sagrado é forte e consistente, tem uma estrutura, e isso o distingue do espaço profano que é amorfo, inconsistente, relativo e homogêneo.

Para ele os locais de culto funcionam como um limiar que divide os dois mundos, sagrado e profano. Esse limiar funciona como um limite, uma fronteira que opõe os dois mundos, mas, ao mesmo tempo, como o ponto no qual esses dois mundos se encontram e se comunicam. O lugar da passagem de um para outro mundo. Nesse recinto sagrado, o profano é transcendido e surge uma abertura para o alto que torna possível a comunicação com a(s) divindade(s). O templo é o lugar onde os deuses descem a terra e o homem sobe simbolicamente ao céu.

Para Eliade (1992), no universo religioso o tempo é predominantemente o tempo mítico, passível de constante reatualização e tornado sempre presente. O tempo sagrado não flui. Para o religioso coexistem duas espécies de tempo. A primeira é o tempo profano medido por instrumentos como o relógio, um tempo fluído subdividido em passado presente e futuro; irreversível e irrecuperável. A segunda e mais importante para o homem religioso é o tempo sagrado que existe como um eterno presente reatualizado e recuperado constantemente pela linguagem dos ritos. O homem religioso recusa-se a viver num presente histórico e busca constantemente unir-se ao tempo sagrado que pode ser comparado à eternidade. O autor utiliza a experiência religiosa cristã para exemplificar tal fenômeno:

Tal como uma igreja constitui uma ruptura de nível no espaço profano de uma cidade moderna, o serviço religioso que se realiza no seu interior marca uma ruptura na duração temporal profana: já não é o Tempo histórico atual que é presente – o tempo que é vivido, por exemplo, nas ruas vizinhas -, mas o Tempo em que se desenrolou a existência histórica de Jesus Cristo, o tempo santificado por sua pregação, por sua paixão, por sua morte e ressurreição (ELIADE, 1992, p.39)

Partindo desses conceitos e da proposta da Ecologia da Comunicação como perspectiva para investigar fenômenos religiosos não mediados⁴, assumimos como

⁴ Não estamos aqui negando a religiosidade mediada como fenômeno, no entanto, entendemos que o sagrado mediado é um fenômeno de outra ordem, que não exige presença física e cuja relação com o profano é muito mais fluída.

premissa que essa experiência da qual fala Eliade e Otto é preponderantemente *sinestésica*, exige presença, experimentação corpórea e participação sensorial e sensível.

Olhar em uma perspectiva ecocomunicacional é investigar as relações de identidade que esse corpo assume nos espaços sagrados e profanos e os lugares e representações sociais que o sujeito ocupa em ambos os espaços. O senso de vínculo e de comunidade constituído a partir das experiências religiosas que possibilitam ao empregado do *chão de fábrica* ser também o líder religioso e a principal influência de uma determinada comunidade religiosa. As significações que o sagrado confere a esse corpo atravessado pelos estigmas sociais e pelos laços da cultura nos distintos espaços – sagrado e profano. É também apreender as porosidades que permitem a vida sagrada permear de significados a vida profana e *vice e versa*, legitimando ou deslegitimando um mesmo ser social onde coexistem dois modos de existência.

Mas não apenas isso. Olhar pela perspectiva ecológica é analisar a maneira como o sujeito organiza a vida em torno do tempo profano - capitalizado como *commodities* (BAUMAN, 2008) - mensurado por instrumentos de aferição como o relógio e o calendário; e o tempo sagrado eternizado pelos ritos religiosos. Como o sujeito administra em um mesmo *biotempo* uma dimensão temporal que vem daquilo que ainda não é tempo (futuro) e desliza para aquilo que não é mais tempo (passado) (AGOSTINHO, 2007); e outra dimensão cujo sentido da existência está em um tempo que não passa, mas, que permanece em uma espécie de eterno presente? Olhar em uma perspectiva ecológica é investigar como o tempo condiciona e organiza a vida dos sujeitos em comunidade na coexistência do tempo sagrado e do tempo profano em um mesmo biotempo.

É nessas relações do corpo individual e coletivo na organização do espaço e do tempo, na criação de vínculos consigo mesmo, com o outro e com o sagrado que estão os processos comunicacionais pertinentes a uma proposta ecocomunicacional como perspectiva para olhar fenômenos religiosos não midiáticos.

Considerações finais

Investigar um fenômeno religioso não midiático por uma perspectiva ecocomunicacional requer mudanças que vão desde a natureza instrumental das metodologias já existentes, até uma ruptura paradigmática com pressupostos que alicerçam os estudos em comunicação a partir de premissas funcionais e lineares.

A Ecologia da Comunicação se interessa pelos processos comunicacionais que tem no corpo sua centralidade e, partindo desse ponto, investiga as relações de vínculo que se estabelece nesses ambientes comunicativos. Tal perspectiva aplicada a fenômenos religiosos não mediados abre caminho para novas frentes investigativas e contempla processos comunicacionais que não são analisados por perspectivas que relevam os processos técnicos em detrimento ação comunicativa humana.

Os horizontes aqui apontados, mesmo de maneira incipiente, permite-nos vislumbrar possibilidades investigativas para além das já conhecidas e comumente empregadas nos estudos que se concentram na imbricação entre religião e mídia.

Referências

- AGOSTINHO, Santo. (2007). Confissões. Canção Nova. Acesso em Nov. 2015. Disponível em: <http://img.cancaonova.com/noticias/pdf/277537_SantoAgostinho-Confissoes.pdf>.
- BAUMAN, Zygmunt. (2008). Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- BERGER, Peter Ludwig. (1985). O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo: Paulinas.
- CAPRA, Fritjof. (2006). A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix.
- ELIADE, Mircea. (1992). O sagrado e o profano. São Paulo: Martins Fontes.
- MENEZES, José Eugenio de O. (2016). Cultura do ouvir e ecologia da comunicação. São Paulo: UNI.
- MIKLOS, Jorge. O sagrado nas redes virtuais: a experiência religiosa na era das conexões – entre o midiático e o religioso. In: BELLOTTI, Kosicki Karina; CUNHA, Magali do Nascimento. (2016). Mídia, religião e cultura: Percepções e tendências em perspectiva global. Curitiba: Editora Prisma.
- MIKLOS, Jorge; ROCCO, Agnes de Sousa Arruda. (2018). Ecologia da comunicação: desafios para a concepção de uma comunicação social cidadã. Paulus – Revista de Comunicação da FAPCOM, São Paulo. Volume 2, No 3, p. 93-110.
- MORIN, Edgar. (1979). O enigma do homem. Rio de Janeiro: Zahar.
- OTTO, Rudolf. (2007). O sagrado: os aspectos irracionais na noção do divino e sua relação com o racional. São Leopoldo: Sinodal/EST; Petrópolis: Vozes.
- PACE, Enzo. (2009). Narrar a Deus: a religião como meio de comunicação. Revista Brasileira de Ciências Sociais. ANPOCS - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, Vol. 24, nº 70. pp. 9-15.
- PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. (2017). Pressupostos epistemológicos e metodológicos da pesquisa participativa: Da observação participante à pesquisa-ação. Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas da Universidad de Colima. Época III. Vol. XXIII. Número Especial III, Colima, primavera, pp. 161-190.
- ROMANO, Vicente. (1993). Desarrollo y progreso: Por una ecología de la comunicación. Barcelona: Editora Teide.
- ROMANO, Vicente. (2004). Ecología de la comunicación. Hondarribia: Argilatexte Hiru.
- RUDGER, Francisco. (2011). As teorias da comunicação. Porto Alegre: Penso.