

Um fenômeno bastante difundido no mundo contemporâneo em geral (principalmente ocidental) e no Brasil, em particular, vem chamando a atenção de estudiosos, tanto da mídia quanto da religião: a apropriação de campos midiáticos pelo espaço religioso. Isto é, o campo religioso se utiliza dos espaços midiáticos como instância de realização e atualização da questão da fé. A consequência mais imediata é o deslocamento do espaço tradicional, acanhado e restrito dos templos, para um campo aberto e multidimensional. Mais ainda, a lógica do templo, direta e dialógica, é substituída pela lógica da mídia moderna, com um público anônimo, heterogêneo e disperso. Desse modo, as táticas dos pregadores, sua oratória e performance deixam-se impregnar pelas leis da comunicação de massa, principalmente do rádio e da televisão. As mudanças operadas são de duas ordens: do ministro do culto e seus acólitos, de um lado, e dos fiéis de outro. No primeiro caso, o conteúdo da mensagem cede lugar à postura corporal, aos gestos, ao canto, à dança. A mensagem religiosa é adaptada às exigências midiáticas para que tenha eficácia e atinja as pessoas diretamente em seus sentimentos. Portanto, a emoção toma o lugar da razão. No segundo caso, os fiéis deixam de ser os atores do evento religioso para se tornarem assistentes. Passa-se do palco à platéia, para utilizar um conceito de Maria Cristina Matta. A comunidade de fé sai de cena, dando lugar ao conjunto de telespectadores. A construção de comunidades de fé é substituída pela criação de grupo de assistentes. Da comunidade, passa-se ao indivíduo; da experiência comunitária vai-se ao consumo individual de bens religiosos.