

A mediatização do facto religioso, entre *imediato* e *transcendente*: o caso do Cristianismo na imprensa escrita de referência em Portugal

The mediatization of the religious fact, between immediate and transcendent: the case of Christianity in the quality press in Portugal

Márcia Rogério Marat Grilo

marciarogeriog@hotmail.com;
marcia.grilo@esept.pt

A autora é formada em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, em Portugal, obteve em 2001 o Diplôme d'Études Approfondies em *Sciences et Technologies de l'Information, de la Communication et Médiation des Connaissances*, na Université de Montpellier I/Université de la Méditerranée, em França. Docente, desde 2009, na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre, em Portugal, concluiu, em julho de 2016, o doutoramento em *Sciences de l'Information et de la Communication* pela Université Nice Sophia Antipolis, em França. Como investigadora é membro do IARSIC – Institute for Advanced Religious Studies and Internetworking Communication e do SIC.Lab. Méditerranée, em França; do ICC – Instituto Português de Cristianismo Contemporâneo e do C3I – Portalegre, em Portugal.

Resumo

Este texto pretende apresentar uma síntese das principais conclusões de uma investigação sobre a mediatização da religião, evidenciando os resultados obtidos a partir de um estudo centrado no caso do Cristianismo nos principais títulos da imprensa escrita nacional de referência no contexto português. Nesta perspetiva, é analisado o processo de interação entre dois mundos bastante distintos, mas igualmente fundamentais para a compreensão do mundo complexo que é o nosso. Por um lado, o campo da religião, um domínio da ordem do sagrado, ligado às crenças, às práticas de fé, centrado numa linguagem simbólica e que é da ordem do *transcendente*. Por outro, o campo dos média e do jornalismo, um campo fundamental da dinâmica do espaço público contemporâneo, centrado numa lógica de funcionamento que privilegia a noção de acontecimento, de novidade – a notícia sendo sobretudo a narrativa de factos estritos de atualidade, através de uma linguagem concisa, um estilo direto, simples, um discurso da ordem da instantaneidade ou do *imediato*. Alguns dos muros e algumas das pontes de uma relação difícil mas inevitável entre estes dois universos – representados de um lado pelas fontes de informação religiosa e do outro pelos jornalistas – serão assim referidos.

Palavras-chave: mediatização, religião, Cristianismo, Portugal.

Abstract

This article presents the main findings of a research on media coverage of religion by highlighting the results from a study focusing on the case of Christianity in the main titles of the national quality press in the Portuguese context. In this perspective, it shows how the interaction between two quite different but equally fundamental worlds for understanding our complex world occurs. On the one hand the field of religion, a domain of the order of the sacred, linked to beliefs, to practices of faith, centered on symbolic language and that has to do with the *transcendent*. On the other hand, the media and journalism, a fundamental field of the dynamics of contemporary public space, centered on an operational logic that favors the concept of event, novelty – the “news” is mainly the story of strictly current events, through concise language, direct and simple style, a speech about the instantaneous or *immediate*. The *walls* and the *bridges* of a difficult but inevitable relationship between these two worlds – “represented” on the one side by the sources of religious information and on the other side by journalists – are discussed.

Keywords: mediatization, religion, Christianity, Portugal.

Introdução

Uma vez que uma diversidade de problemáticas relacionadas com o fenómeno religioso está no cerne da atualidade nacional, europeia e internacional (Bratosin e Tudor, 2014), num momento em que se assiste a um interesse acrescido pela dimensão religiosa, tanto do ponto de vista mediático como no seio do meio académico, consideramos que o estudo da representação do fenómeno religioso nos média é extremamente relevante. O facto religioso e o seu lugar na sociedade, sendo tendencialmente motivos de debate e controvérsia, mostram-se como um tema fundamental do ponto de vista jornalístico, uma vez que ele também constitui uma espécie de chave hermenêutica indispensável para se interpretar a realidade complexa e multidimensional que caracteriza o mundo contemporâneo. A religião, sendo um conteúdo “especializado”, é cada vez mais uma ferramenta indispensável para a interpretação de diversos factos de natureza económica, política, social ou cultural (Lopes, 2015).

Assim, pareceu-nos pertinente estudar como esses dois campos interagem entre si. A nossa pesquisa foi concebida num quadro teórico marcado por uma visão conceptual antagónica desses dois mundos (Debray, 2000). Por um lado, o da religião ou do transcendente, um campo do domínio da transmissão, ligado ao sagrado, às crenças, às práticas de fé e à vida de diferentes comunidades, centrado numa linguagem fortemente simbólica, às vezes difícil de “descodificar”. Por outro lado, o dos média em geral, e do jornalismo em particular, um campo fundamental na dinâmica do espaço público, caracterizado por uma lógica de funcionamento que privilegia a noção de evento, de novidade – a notícia é acima de tudo a narrativa de factos estritos da atualidade, através de uma linguagem e de um estilo concisos, claros e diretos, num registro marcado pela comunicação instantânea, pelo *imediat*o.

Nesta perspetiva, decidimos analisar o que o jornalismo “faz” da religião e o que a religião “faz” do jornalismo, isto é, a forma como ela é “tratada” do ponto de vista jornalístico não confessional, e qual o papel que ela desempenha nesse processo. Decidimos circunscrever o nosso estudo a uma das principais religiões monoteístas: o Cristianismo – nos seus três ramos principais: a Igreja Católica Apostólica Romana, o Protestantismo e a Igreja Ortodoxa¹. Também escolhemos restringir a nossa obser-

1 A nossa escolha reflete em primeiro lugar a herança cristã que caracteriza, em geral, Portugal no que diz respeito à religião, e a tradição católica romana em particular. Em segundo lugar, e apesar da permanência da centralidade da Igreja Católica no país, constatamos também uma presença relativamente importante de outras confissões cristãs, nomeadamente da comunidade protestante ou evangélica, considerada a segunda maior confissão religiosa. Por outro lado, o número de cristãos ortodoxos a residir no país aumentou significativamente, em particular devido à vaga de imigração oriunda de países do leste da Europa.

vação à imprensa escrita generalista de expansão nacional de referência, nomeadamente dois jornais diários – *Diário de Notícias (DN)*, *Público* – e um semanário – *Expresso*.

O principal objetivo da nossa pesquisa foi apreender os processos de visibilidade mediática da religião cristã, focando-nos principalmente nas interações entre os jornalistas e seus principais interlocutores neste campo – as fontes de informação religiosa. Escolhemos focar-nos num conjunto de questões: Qual é o lugar da religião cristã no discurso dos média, nomeadamente na imprensa escrita de referência? Quando é que a religião cristã se torna “notícia”? Que temas e que “vozes” são principalmente transmitidos e quais são negligenciados? Quais são os principais constrangimentos e oportunidades relativamente à interação entre jornalistas e fontes, que influenciam a definição da agenda e o enquadramento dado aos assuntos? Os jornalistas que tratam o facto religioso são “formados”, são “especialistas” na matéria? As instituições religiosas conhecem o funcionamento do campo jornalístico, dominam o essencial da linguagem jornalística?

Essas questões levaram-nos a formular quatro hipóteses: a) a religião cristã é predominantemente presente a partir de “grandes eventos”, de ritos de celebração e de posições regulamentadas por parte de líderes religiosos ou, em menor grau, a partir de situações polémicas e controversas; b) o discurso jornalístico não privilegia a religião como um tema em si, ela é sobretudo tratada a partir de assuntos que marcam a atualidade jornalística; c) não existe, por parte das hierarquias cristãs portuguesas (incluindo a católica), uma estratégia de comunicação definida ou a proposta de uma agenda. Pelo contrário, as igrejas e as instituições religiosas atuam como fontes de informação reativas e até defensivas (Marujo, 2010); d) por um lado, a maioria dos jornalistas não está bem preparada para lidar com o fenómeno da religião e, por outro lado, os protagonistas religiosos não têm meios de se sincronizar com a assertividade e as características da linguagem dos média, que muitas vezes utilizam clichés simplificados e pouco esclarecedores da complexidade religiosa que os enquadra (Franco, 2013). Por outras palavras, a realidade religiosa vista pelos jornalistas e a realidade jornalística vista pelas instituições revelam um desconhecimento mútuo.

A nossa pesquisa foi inicialmente orientada pela metodologia de Análise de Conteúdo (AC) de um *corpus* de artigos publicados em períodos específicos². Num segundo

2 Relativamente à Igreja Católica Romana, tendo em conta a representação desta confissão no país, decidimos analisar três “eventos”: a Jornada Mundial da Juventude em Madrid em 2011 e outros dois momentos que considerámos pertinentes, à altura, referentes ao pontificado do Papa Francisco. Estes dois momentos foram: a primeira viagem ao estrangeiro do seu pontificado – à ilha de Lampedusa em julho de 2013, e o primeiro Consistório Ordinário do ano de 2015. Em relação ao conjunto das três confissões cristãs, analisámos os períodos correspondentes às duas principais celebrações que lhes são comuns, em particular o caso do

momento, adotámos o método de “entrevista compreensiva” (Kaufmann, 2004). Este último dispositivo metodológico, que foi levado a cabo através de entrevistas com jornalistas e representantes das três confissões, como fontes de informação, foi considerado essencial para nos ajudar a entender o contexto em que o “debate” sobre a relação entre religião e jornalismo ocorre.

Os média, o jornalismo e a religião: os muros e as pontes de uma relação difícil mas inevitável

Se não é certo que se verifique um verdadeiro regresso do religioso nas sociedades ocidentais contemporâneas, é inegável que existe, no mínimo, aquilo a que J.-P. Willaime chamou de um “retorno da religião” (Bréchon e Willaime, 2000, p. 8). Ao mesmo tempo, estamos a assistir a um interesse científico renovado e crescente sobre esta presença nos média, como atestam certas iniciativas recentes, levadas a cabo, por exemplo, em França, como a criação em 2010 da rede de investigação *Relicom – Communication et espaces du religieux*³ (Douyère, 2014). Da mesma forma, em 2011, foi criado o *Institute for Advanced Religious Studies and Internetworking Communication* (IARSIC).⁴

Considerando a questão “mídia e religiões” como “uma questão excessivamente ocultada”, P. Bréchon (Bréchon e Willaime, 2000, p. 3) observa que os meios de comunicação são símbolos de modernidade, em oposição às religiões, que simbolizam acima de tudo o mundo tradicional. Mas, na sua opinião, os pontos de encontro entre o sistema mediático e o fenómeno religioso podem ser aprofundados de acordo com determinados ângulos específicos, em particular a imagem e as construções do religioso nos média e as estratégias dos atores religiosos em relação aos média.

Natal (examinamos o mês de dezembro de 2013 e janeiro de 2014, já que esta festividade é celebrada por alguns ortodoxos a 7 de janeiro), e a Páscoa (analisamos a Páscoa de 2014, uma vez que naquele ano a data desta celebração coincidiu para as três confissões – 20 de abril). Também analisámos um período que chamamos de “neutro”, tendo escolhido, em particular, algumas semanas distribuídas entre os meses de junho e agosto de 2014.

³ Criada pela iniciativa de D. Douyère, S. Dufour e O. Riondet, a rede *Relicom* pretende reunir investigadores que trabalham as dimensões comunicacionais do religioso. Um primeiro dia de estudo foi organizado em maio de 2012 na Universidade de Paris 13. A rede *Relicom* publicou em 2014 o número 38 da revista MEI intitulada “Religião e comunicação”. Informações disponíveis nos sites <<https://relicom.hypotheses.org>> e <<http://relicom.jimdo.com>>.

⁴ O IARSIC, fundado por S. Bratosin, focaliza-se na colaboração com académicos e grupos de investigação de todo o mundo com o intuito de desenvolver e promover pesquisas em matéria de religião, comunicação simbólica, novos média e Internet através de cooperação interdisciplinar. Para mais informações, consultar o site <<http://iarsic.com/a-propos-de-nous/>>.

G. Défois e H. Tincq (1997) refletiram sobre esta relação, a partir de uma condição “antagónica”, uma espécie de “posição dual”, que “encerra a Igreja e os média num frente-a-frente conflitual”. De acordo com Défois, o debate sobre as relações entre a Igreja e os média deve ser visto no contexto específico da “economia liberal”, onde “o que vende” se tornou no valor decisivo das empresas jornalísticas (Défois e Tincq, 1997, p. 22, 25). De fato, as relações complicadas entre os média e a religião devem ser discutidas no contexto da influência e do envolvimento de um terceiro ator: a economia, como também sublinha P. Charentenay (2011, p. 20). É, portanto, num contexto complexo e restritivo que a Igreja se deve expressar e comunicar, apesar de ela não falar “a linguagem do mundo”. Défois salienta que a Igreja é muitas vezes percebida como uma organização de natureza burocrática e vertical e, conseqüentemente, as informações religiosas têm um carácter particularmente centralizado. Mas limitar-se a tomar o ponto de vista de uma hierarquia “equivale [...] a banalizar a vocação cristã” (Défois e Tincq, 1997, p. 32).

Por seu lado, H. Tincq, em “Um casal explosivo” (Défois e Tincq, 1997, p. 67), destaca as acusações mútuas entre a Igreja e os meios de comunicação, desde há muito tempo: “A imprensa mostra-se, com algumas nuances, incapaz de expor [...] as posições da Igreja, traduzir a complexidade de um discurso religioso, ainda mais de explicar” (*ibid.*, p. 76). Mas as queixas dos meios de comunicação em relação à Igreja, sobre a sua maneira de comunicar e lidar com os média, não são menos duras: “desconhecimento e desconfiança em relação aos jornalistas, discurso opaco, soporífero, linguagem hierática” (*ibid.*, p. 80.). O autor acrescenta que as instituições religiosas, de uma forma geral, são acusadas de comunicar mal: “Não é nas igrejas que se encontram facilmente assessores de imprensa, profissionalmente formados, capazes de antecipar as questões dos jornalistas” (*ibid.*, p. 81). Tincq argumenta que a Igreja deve executar imperativamente uma tarefa urgente: passar de uma “pastoral” de informação a uma estratégia de comunicação (*ibid.*, p. 120).

Charentenay acredita que o tratamento jornalístico da religião vai sempre causar um certo “mal-estar”. O autor destaca algumas incompatibilidades entre estes dois mundos: a dificuldade de transmissão de uma mensagem complexa, a preferência dos média pela polémica em detrimento do consenso e da explicação, a vedetização, a disposição dos média para falar apenas dos aspetos anedóticos da religião e, mais uma vez, a relação com o dinheiro ou o fato de os média serem regidos pelo que lhes assegura o melhor retorno financeiro (2011, p. 58-63).

Por seu lado, as religiões, em particular a Igreja Católica (sendo a mais estruturada e a mais unificada), que é tomada por esta dinâmica mediática que ela integra no seu funcionamento, soube apropriar-se de meios que lhe têm permitido tirar partido dos média. Aliás, a noção de

“comunicação social”, constitui, segundo trabalhos de J. Dèveze (Dèveze *apud* Douyère, 2010), “uma criação conceptual da Igreja Católica”⁵. Após a criação de um gabinete de imprensa do Vaticano em 1960, foi com o decreto *Inter Mirifica* (publicado em 1963) do Concílio Vaticano II que o termo foi usado para designar os *mass media* e “encorajar a utilizá-los para tornar presente a palavra cristã numa sociedade em que dominam os média profanos”. Na verdade, a Igreja Católica percebeu relativamente cedo a importância desse setor de comunicação e criou algumas instituições mediáticas, a partir das duas primeiras décadas do século XX. Além disso, a Igreja procurou ter um acesso mais direto aos meios de comunicação ao ocupar a arena pública; nesse sentido, ela desenvolveu algumas estratégias “mediáticas”, apoiando-se na promoção de grandes manifestações e eventos, tais como as Jornadas Mundiais da Juventude, por exemplo.

Mas, se é verdade que a Igreja tem uma prática concreta bem assimilada da utilização dos média a nível universal, não é menos verdade que ela “não tem realmente a experiência direta dos grandes média e não participa na vida mediática no sentido estrito” (Charentenay, 2011, p. 108-109). Com efeito, a questão da presença da religião nos média generalistas “não confessionais” insere-se num quadro complexo caracterizado pelo antagonismo entre as lógicas subjacentes desses dois mundos. De acordo com o investigador e jornalista português “especializado” em religião J. Franco (2013, p. 5), existe uma certa incompatibilidade entre a linguagem religiosa, que, sendo simbólica, é marcada por uma hermenêutica própria, a especificidade da abordagem teológica e a cultura mediática.

Charentenay denuncia o processo de banalização e diminuição da informação religiosa que “reflete a cultura do momento e, na maioria das vezes, a mais ampla ignorância do fenómeno religioso” (2011, p. 98). Nas palavras de P. Riutort, o fenómeno de *derubricage* progressiva da informação religiosa deu lugar a um jornalismo distanciado: “este modo de tratamento [...] induz implicitamente a novas conceções de informação religiosa: muito menos integradas com as suas fontes com as quais eles mantêm apenas relações episódicas” (2002, p. 142-145).

Mas o diagnóstico que acabámos de traçar não é apenas dependente dos profissionais dos média. Na verdade, existem certos problemas relacionados com as instituições religiosas, que atuam como uma espécie de bloqueio à ação dos jornalistas. A vontade de dominar está sempre

presente nas instituições religiosas: “Há uma nostalgia evidente dos dias em que a autoridade clerical ditava as regras e os comportamentos e até protegia a linguagem do simbólico” (Marujo, 2006, p. 8). Como Franco ressalta (2013, p. 6), a relação entre os protagonistas religiosos e os meios de comunicação às vezes é difícil porque, por um lado, a maioria dos comunicadores estão “impreparados para compreender e decodificar o fenómeno religioso” e, por outro lado, os atores religiosos “não podem – não terão como – sintonizar-se com a assertividade e ultra-sintetização da linguagem mediática, recorrendo, muitas vezes, a clichés simplificados e pouco esclarecedores da complexidade religiosa”.

O lugar do Cristianismo na imprensa escrita de referência

Com base nos dados obtidos através do método de Análise de Conteúdo, podemos concluir, de acordo com o primeiro conjunto de variáveis de carácter mais formal e quantitativo, que a agenda jornalística e o tratamento da informação religiosa cristã são caracterizados por um “status” de marginalidade e desvalorização.

Relativamente ao espaço ocupado e à localização nas páginas dos jornais, constatámos uma presença “reduzida” do fenómeno religioso cristão nas notícias. De fato, no conjunto dos seis períodos analisados nos três jornais, encontramos cerca de 200 artigos⁶ que apenas deram origem a uma dúzia e meia de referências na primeira página, das quais uma única manchete. Além disso, o assunto raramente foi tratado a partir de artigos ocupando uma página ou mais de uma página.

Os períodos que deram origem à maioria dos artigos – mais de metade – foram os eventos promovidos pela Igreja Católica: as *JMJM 2011*, o *Consistório 2015* e a viagem do Papa Francisco a *Lampedusa* em 2013. Esses eventos foram, precisamente, aqueles que deram uma maior visibilidade na primeira página.

Em relação aos elementos ligados ao conteúdo (relativos sobretudo a variáveis sobre o tipo de temas abordados, as fontes e os jornalistas ou autores envolvidos, os géneros jornalísticos, etc.), os dados mostraram-nos uma informação simplista ou redutora. Um fator importante a salientar é o facto de que os géneros predominantes foram a breve e a notícia (curta). Situação que consideramos indicadora de um tratamento pouco aprofundado e superficial dos assuntos em questão. Na verdade, os assuntos são muito pouco tratados a partir de géneros de informação “nobres”, tais como a reportagem ou a entrevista, e são ainda menos o ponto de partida para textos de

5 A noção de comunicação social é uma produção ideológica datada do Concílio Vaticano II, tendo sido criada por uma instituição considerável, a Igreja de Roma. Comparando a carta encíclica de Pio XII sobre o cinema, o rádio e a televisão, *Miranda Prorsus* (1957), e o decreto conciliar *Inter Mirifica*, promulgado por Paulo VI (1963), J. Dèveze mostra que, de um texto para o outro, as palavras referentes à difusão e à transmissão são apagadas em favor daquelas que evocam a comunicação. “A palavra ‘meio’ é preferível à técnica; ‘comunicação’ à ‘difusão’; social’ à ‘coletiva’ ou ‘de massa’” (Douyère, 2010, p. 77).

6 No total analisámos cerca de 204 artigos relativos aos períodos mencionados, dos quais 197 foram publicados nos diários e seis no semanário.

opinião, como o editorial ou artigos de opinião e crónicas escritos pelos próprios jornalistas. Aliás, um dos raros editoriais identificados no nosso *corpus* (encontrámos apenas três desses textos) revela uma certa “instrumentalização” da Igreja Católica para fins políticos; nele podemos ler: “O jornal foi ouvir e saber o que a hierarquia da Igreja Católica pensa sobre o fim do programa de ajuda que causou tanto sofrimento e que impôs tantas dificuldades aos portugueses” (*Público*, 20 de Abril 2014).⁷

Com efeito, em todos os outros períodos examinados, os assuntos foram tratados superficialmente, de forma simplificada, à exceção da *JMJ Madrid 2011* no *Público* e do *Consistório* no *DN*, onde percebemos um tratamento jornalístico mais “completo” ou “aprofundado”. No primeiro caso (*JMJM*, no *Público*), o acontecimento foi objeto, em comparação com *DN*, de um tratamento jornalístico menos importante do ponto de vista quantitativo, mas bastante mais rico em termos qualitativos; isso resultou de uma cobertura jornalística, na nossa opinião, mais sistemática, pois constatámos uma continuidade do jornalista responsável pela cobertura. Na altura, o *Público* contava com um jornalista dedicado quase em regime de exclusividade ao campo da religião (detentor de um amplo conhecimento do campo e com uma vasta compreensão dos elementos que o compõem) e que esteve realmente presente no terreno em Madrid. Isso refletiu-se na produção de textos jornalísticos mais elaborados, com uma maior diversidade de “vozes”, na maioria dos quais tendo sido citadas mais de três fontes, enquanto no *DN* a maioria dos textos não regista mais do que uma “voz” e, portanto, oferece apenas uma “visão” do evento. Isso remete-nos para a questão da assinatura dos artigos. Na verdade, no que se refere aos textos do tipo informativo, no jornal *Público* encontrámos apenas a identificação de dois jornalistas, enquanto no *DN* foram nove jornalistas.

Por outro lado, em comparação com o *Consistório de 2015* a situação inverteu-se. O *DN* concedeu maior

⁷ Os outros dois editoriais também estabeleceram uma ligação com o campo político. No texto publicado durante a *JMJM* – “Papa em Espanha” (*DN*, 16 de agosto 2011), podemos ler: “A cerca de três meses das eleições [...] há aqueles que veem o fim desta tensão entre Madrid e o Vaticano. Isto porque o praticante católico M. Rajoy deverá que suceder ao agnóstico Zapatero, à frente de um governo de direita, certamente mais atento às exigências da Igreja.” No editorial publicado no período neutro – “Denúncias católicas” (*DN*, 25 de agosto 2014), lemos: “O programa comunitário de ajuda alimentar aos carenciados ajudou 506.300 pessoas em Portugal no ano passado. Estes são casos de deficiência alimentar que atingem um nível preocupante, muitas vezes resolvido no terreno pela Igreja Católica. A Cáritas, instituição também ligada à Igreja Católica, revela hoje ao *DN* o tamanho do esforço que está a desenvolver... Esses números e esses factos [...] estão na base de uma clara recrudescência das intervenções públicas de figuras importantes da Igreja Católica que criticam as escolhas e práticas políticas dos últimos tempos. Nesse sentido, não será precipitado prever que, se a crise social que afeta uma grande parte do país não diminuir, a Igreja Católica terá um espaço de intervenção política muito maior que o das últimas décadas. Isso será saudável para o país?”

tratamento jornalístico ao assunto, tanto do ponto de vista quantitativo como qualitativo. Este fato também foi o resultado de uma cobertura jornalística, em nossa opinião, mais sistemática, uma vez que foi possível também notar uma continuidade da pessoa responsável pela cobertura, a partir de determinados dias. Na verdade, um único jornalista foi o autor de uma grande parte dos artigos, nomeadamente aqueles que foram publicados durante os momentos mais marcantes do Consistório. Isso também se refletiu, à imagem do que aconteceu no caso da *JMJM* no *Público*, na produção de textos jornalísticos mais aprofundados, com uma maior diversidade de “vozes”. Em ambos os casos (*JMJM* no *Público* e *Consistório* no *DN*), os jornalistas responsáveis pela cobertura escreveram artigos de opinião, o que é significativo, uma vez que eles não se limitaram a produzir artigos de informação estrita, mas também produziram textos de opinião, que oferecem interpretação e análise, e para isso é absolutamente necessário conhecer bem o campo.

Um elemento importante a enfatizar, em relação à análise do período de Natal, é o fato de que o *DN* foi o único jornal a dar “voz” a outras confissões cristãs não-católicas. Ele destacou a tradição ortodoxa num artigo intitulado “Cristãos ortodoxos celebram Natal amanhã” (6 de janeiro de 2014). O artigo centra-se na diferença relativamente à celebração católica, mas o seu ângulo é claramente focado no lado “exótico”. No entanto, neste texto, uma ideia implícita é a noção de que todos os cristãos ortodoxos celebram o Natal de acordo com essa tradição, com base no calendário juliano, o que não corresponde à realidade, porque parte dos ortodoxos celebram o Natal no dia 25 Dezembro, e em particular os romenos, que representam, aliás, uma importante comunidade de imigrantes no país.

Ao nível das temáticas mais abordadas, podemos concluir a predominância da narração de eventos, ritos e da ação de representantes hierárquicos de instituições religiosas, bem como declarações e tomadas de posição da sua parte, em detrimento de informação sobre as experiências de fé ou práticas religiosas dos crentes. O aspeto institucional é claramente privilegiado face ao individual. Na verdade, o conjunto dos artigos publicados mostra que, na maioria das vezes, as fontes institucionais ligadas a pessoas e organizações das hierarquias católicas são, além dos promotores da informação, na maioria dos casos a principal voz presente, o que nos leva a concluir que a informação é fortemente “hierarquizada”. Devido à sua capacidade de estar disponível para fornecer informações, mas também graças à sua posição no topo da hierarquia de credibilidade, essas fontes da Igreja Católica têm uma grande vantagem no papel de *definidores primários* nas questões abordadas nas notícias. Resta pouco espaço para informações sobre grupos, movimentos ou pessoas que não estão diretamente relacionadas com a hierarquia. As outras denominações cristãs não-católicas não são quase

nunca tratadas – à exceção da Igreja Ortodoxa, que foi citada, nomeadamente, no período do Natal.

A cobertura da realidade complexa da religião cristã é objeto de um processo de simplificação e de redução temática centrada na vida institucional católica. Observámos que, na maioria dos artigos, o fenómeno religioso cristão é abordado a partir dos seguintes ângulos: rituais de “celebração”; posição “regulamentada” de líderes religiosos em relação a temas da atualidade jornalística; e especialmente factos de “conquista”; ou, em menor grau, polémicos (irregularidade, negatividade).

Em geral, podemos concluir que este tratamento pobre ou inadequado da temática religiosa se deve em grande parte a uma dupla ignorância e incapacidade: da realidade religiosa pelos jornalistas e da realidade jornalística pelas instituições religiosas. Estas constatações foram confirmadas com base nos dados obtidos graças às entrevistas realizadas tanto junto dos jornalistas como dos representantes das três confissões religiosas (no papel de fontes de informação).

As relações entre jornalistas e fontes e a co-construção da agenda do fenómeno religioso

Jornalistas: entre constrangimentos e oportunidades

Em geral, o testemunho dos jornalistas confirma uma forte preponderância da Igreja Católica, mas uma Igreja muito hierarquizada: os atos ou declarações do papa, do patriarca de Lisboa e dos bispos. Os jornalistas admitem que outros tipos de assuntos são raros. Alguns confessam que não andam “à procura do que fazem as paróquias, os movimentos, as pessoas, as fés”; é necessário que esse tipo de temáticas, menos institucionais, ligadas às práticas das diferentes comunidades “cheguem às redações”. O problema reside no fato de que há muito poucos jornalistas que dominem o assunto e que, ao mesmo tempo, estejam disponíveis para estabelecer relações de maior proximidade com as fontes de informação.

As fontes com as quais eles estão mais em contato são principalmente ligadas às estruturas hierárquicas da Igreja Católica. Normalmente, a religião cristã é tratada a partir de determinados temas: Natal, Páscoa, eventos previsíveis ou programados e mensagens de líderes religiosos sobre assuntos que estão na ordem do dia, e raramente é pensada como tema em si mesma.

No entanto, a maioria dos jornalistas entrevistados é da opinião que a religião deve ser “idealmente um tema para escavar” (usando a expressão de um jornalista) e para encontrar notícias que permitam escapar à agenda mediática. Mas sobretudo por motivos de constrangimentos humanos e de disponibilidade isso torna-se praticamente impossível de realizar. Além disso, para a maioria

dos profissionais, surgem diversos problemas relacionados com esta área específica. A questão da linguagem é um dos fatores complexos porque a linguagem é difícil de entender, decodificar ou explicar, especialmente para alguém que “não tem o hábito de seguir o assunto”. Um outro fator que é visto como um obstáculo ao seu trabalho, também ligado às relações com fontes, é “o peso excessivo das estruturas hierárquicas”.

Alguns deles consideram também que o lugar do religioso nos média é reduzido a momentos festivos ou polémicos, e que muitas notícias são da ordem do “folclórico”, que a tendência é reduzir a religião a coisas episódicas, e isso é o resultado de uma combinação de fatores. A questão do contexto de crise financeira é vista como uma das principais razões para uma certa perda de espaço por parte da religião nas páginas dos jornais e para um tratamento menos aprofundado, porque se traduz precisamente na falta de disponibilidade de profissionais dedicados ao fenómeno nas redações. Na verdade, a falta de conhecimento e a falta de interesse de alguns colegas e diretores (para quem a religião é considerada uma área que “não vende” o jornal) são fatores destacados pela maioria dos jornalistas. Trata-se de uma área que foi “menorizada” e que, de acordo com um jornalista, “sempre foi como uma espécie de ‘parente pobre’ que navega transversalmente em todas as outras áreas, mas sobretudo numa grande editoria das redações chamada ‘Sociedade’”. A falta de investimento ao nível da especialização e da formação é, aliás, para alguns profissionais, uma das principais razões para que o fenómeno seja tratado superficialmente e, muitas vezes, abordado com base em visões da ordem do senso comum, do preconceito e do estereótipo.

Os jornalistas reconhecem que há uma falta de visibilidade das diversas comunidades e movimentos católicos, das práticas dos fiéis, mas especialmente das outras denominações cristãs. Uma das restrições salientadas pelos jornalistas é o fato de as confissões cristãs não-católicas serem muito numerosas e muito fragmentadas. Para alguns jornalistas, há também um certo fechamento por parte dessas igrejas e mesmo uma postura de “auto-ostracismo”.

A convicção generalizada é que a promoção de uma cobertura diferente depende de um esforço conjunto por parte dos jornalistas e por parte das denominações religiosas como fontes de informação. Portanto, não há uma única resposta; o problema seria superado com um duplo trabalho, baseado numa maior atenção dos média ao fenómeno e numa maior iniciativa por parte das fontes religiosas.

Fontes de informação religiosa: entre limitações e investimentos

A possibilidade de alargar o ângulo jornalístico para uma maior contextualização das questões religiosas e de

trabalhar os mais diversos assuntos depende em grande parte da atuação das fontes de informação.

Duma maneira geral, as fontes reconhecem a importância da presença da religião no discurso jornalístico, mas asseguram que “não andam à procura dos jornalistas”. Apesar deste aspeto comum, elas mostram atitudes diferentes nas relações com os jornalistas, dependendo do tipo de instituição representada. Elas apresentam, de fato, atitudes bastante diferentes em relação ao seu desempenho e ao nível de investimento como fonte. Há, de fato, uma distinção a fazer entre quem se mostra mais “disponível”, “acessível”, “interessado” e quem se mostra mais “desconfiado” e “sem interesse”. E também, quanto ao grau de ação, uma diferenciação entre quem assume uma postura ativa, reativa ou mesmo defensiva.

No caso da Igreja Católica, representada pela *Confederação Episcopal Portuguesa* (CEP), é possível constatar a utilização de recursos próprios para fornecer informações ou a realização de eventos pré-organizados, com o objetivo de atrair a atenção dos média e promover uma imagem favorável e, especialmente, uma postura interventiva na sociedade, mas centralizada nas hierarquias. A CEP, representada pelo seu secretário e porta-voz, mostra uma maior abertura aos jornalistas. Este organismo reconhece a importância dos média para transmitir a mensagem e está sempre disponível para “responder às solicitações dos jornalistas”, o que contribui para que seja percebida pelos jornalistas como uma fonte de referência, acessível, sendo assim solicitada de forma frequente e recorrente. Além disso, apenas a Igreja Católica detém uma estrutura mais “profissionalizada” no que diz respeito às relações com os média. Esta instituição organiza ações regulares, em particular as reuniões mensais dos bispos, membros da CEP, no Santuário de Fátima. Mas, em geral, é o jornalista quem toma a iniciativa do contato, ou aproveitando estas ocasiões para obter informações. Apesar disso, a instituição é citada muitas vezes como fonte, tendo uma atuação mais ativa no relacionamento com os média, e seu nível de “profissionalização” percebido é superior ao das outras denominações cristãs. Disponibilidade e rapidez na resposta aos jornalistas, uma estrutura “formal” que permite ao secretário, apoiado por outros membros, representar a entidade, como fonte de informação, e um certo conhecimento das rotinas da produção jornalística são as razões que explicam um certo “sucesso” na relação com os média. No entanto, no que diz respeito à cobertura jornalística propriamente dita, esta instituição afirma que se limita a momentos de grandes eventos ou a uma tomada de posição, mas considera que não há uma “preocupação constante” com a vida da Igreja por parte dos média.

Ao contrário, as outras denominações cristãs não-católicas têm uma postura mais “desconfiada”, “defensiva” e mostram muito pouco interesse em atuar como fontes de informação. Elas fazem críticas mais diretas à atuação dos

média e, embora se considerem disponíveis, não tomam medidas concretas no sentido de uma aproximação ao campo jornalístico. Mostram alguma apreensão sobre uma eventual interpretação errônea ou distorção das suas palavras ou ideias.

Os protestantes, nomeadamente a *Aliança Evangélica Portuguesa* (AEP), que é o organismo que agrupa a maioria dos protestantes no país, tem uma pequena estrutura de comunicação denominada de “assessoria de comunicação”, constituída apenas por uma pessoa para reagir a eventuais solicitações dos jornalistas, com pouco tempo para desenvolver e implementar estratégias de relacionamento com os média. Esta instituição afirma estar “disponível para conversar com jornalistas”, mas essa postura não se traduz em ações planeadas com o objetivo de facilitar e promover o diálogo com a comunicação social. Em geral, são os jornalistas que iniciam o contato, mas isso acontece apenas de forma muito pontual. Existe uma clara ausência de estratégia definida de atuação junto dos média. Na verdade, de acordo com a pessoa responsável pela “assessoria de comunicação”, a instituição “não anda necessariamente à procura dos média”. Os cristãos evangélicos são a segunda maior denominação religiosa em Portugal, fato que, de acordo com o presidente da AEP, justificaria uma maior atenção e interesse por parte dos média. No entanto, o estabelecimento de relações com os média, especialmente através do envio de comunicados de imprensa, não é uma prática regular; além disso, esta instituição tem dificuldade em conceder entrevistas, especialmente se não for “prevenida” antecipadamente e se não entender exatamente o tipo de trabalho e os “temas” que os jornalistas querem tratar. Uma certa indiferença dos média em relação aos protestantes, de acordo com o presidente da AEP, é explicada por um “paradigma da ausência”: “Nós temíamos ser contactados e conseqüentemente retraíamo-nos... Isso também contribuiu para o facto de os média se terem esquecido de nós”. O presidente admite que, para ser uma voz mais presente na sociedade portuguesa, deve haver uma mudança de paradigma na atuação da instituição: “A AEP deve começar a adotar uma posição que afirma seus valores sobre questões que foram recentemente politizadas”.

O representante da Igreja Ortodoxa, embora se considere disponível para responder às solicitações de jornalistas e ainda que seja frequentemente solicitado como fonte de informação, mostra claramente uma falta de interesse em estar nas notícias: “Já não estou interessado em dar entrevistas, porque no que diz respeito aos ortodoxos, os jornalistas não percebem nada”. No que diz respeito à atuação como fonte, ele ressalta a existência de alguns constrangimentos: o fato de a Igreja ser muito fragmentada – “temos muitas etnias, tradições, línguas” – e o fato de que ainda se vive sob o “jugo” de uma certa estigmatização ligada a um passado recente marcado por fortes proibições

em matéria de liberdade religiosa. Em relação à cobertura, o sacerdote ortodoxo critica a ignorância dos jornalistas, porque a maior parte do tempo ele é contactado a propósito dos mesmos assuntos: “Todos os anos me contactam para falar sobre a Páscoa ortodoxa e o Natal. Não há Natal ou Páscoa ortodoxos, trata-se de uma questão de calendários, mas todos os anos eles fazem as mesmas perguntas e escrevem artigos sobre isso”. Além disso, na sua opinião, eles tratam os assuntos de uma forma muito superficial e mostram apenas o lado mais popular e folclórico.

Especialmente no que respeita às confissões não-católicas, o medo do risco da não contextualização das declarações prestadas, além de certos equívocos resultantes da falta de conhecimento dos jornalistas relativamente à confissão que representam, são as principais limitações que não possibilitam uma melhor “colaboração” com os média por parte destas fontes. Em geral, os jornalistas queixam-se de que estas instituições “criam dificuldades de diálogo” e respondem de forma lenta. O que parece faltar é um contato privilegiado, individualizado e contínuo com os jornalistas, e não são tomadas iniciativas concretas. Isso limita bastante as possibilidades de essas instituições serem mais “visíveis” nas notícias. Os testemunhos dos representantes dessas confissões mostram uma falta de percepção da importância do seu papel para “ajudar” os jornalistas a realizar a sua tarefa de produção de notícias sobre essas realidades que eles conhecem, de facto, muito pouco. Também mostram uma visão de suspeição em relação aos média e uma certa falta de compreensão do modo de funcionamento e da linguagem próprios do campo jornalístico, o que se reflete na ausência de qualquer estratégia de comunicação.

Conclusão

O estudo mostrou, em substância, que uma melhoria da cobertura jornalística religiosa depende, entre outras coisas, de uma maior atenção à “preparação” de profissionais disponíveis, detentores de um amplo conhecimento do campo, o que poderia justificar “uma política de formação”, mas também um maior investimento por parte das instituições cristãs nas suas relações com os média e na sua atuação como fontes de informação. Observámos também uma presença fraca de estruturas de comunicação profissionais e a falta de uma estratégia de comunicação definida. Em geral, concluímos que o tratamento jornalístico pobre ou inadequado da complexidade e da diversidade da temática religiosa cristã se deve, em grande medida, a um duplo mal-entendido e incapacidade: da realidade religiosa pelos jornalistas e da realidade jornalística

por instituições religiosas. Por enquanto, a “dialética” entre esses dois atores no campo da informação religiosa não está verdadeiramente alcançada, mas isso não impedirá que se possam “virar as cartas” num “jogo” que está a adquirir cada vez mais relevância no mundo complexo e plural que é nosso.

Referências

- BRATOSIN, S.; TUDOR, M. (coord.). 2014. *Espace Public et Communication de la Foi : Actes du 2^e Colloque International COMSYMBOL*. Béziers, Editions IARSIC et ESSACHESS.
- BRÉCHON, P.; WILLAIME, J.-P. 2000. *Médias et religions en miroir*. Paris, PUF.
- CHARENTENAY, P. 2011. *Le dilemme du chartreux: Médias et Église*. Paris, Desclée de Bouwer.
- DEBRAY, R. 2000. *Transmitir: o segredo e a força das ideias*. Petrópolis, RJ, Vozes.
- DÉFOIS, G.; TINCQ, H. 1997. *Les Médias et l'Église, évangélisation et information: le conflit de deux paroles*. Paris, CFPJ.
- DOUYÈRE, D. 2010. La communication sociale: une perspective de l'Église catholique? Jean Devèze et la critique de la notion de “communication sociale”. *Revue internationale de communication sociale et publique*, Montréal, Uqam, 3/4:73-86. Disponível em: <http://www.revueesp.uqam.ca/numero/n3-4/pdf/RICSP_Douyere_2010.pdf>. Acessado em: 20 out. 2015.
- DOUYÈRE, D. 2014. La recherche en Sic sur le sacré et le religieux. *Cahiers de la Sfsic*, “Actualité de la recherche”, 9:107-116.
- FRANCO, J. 2013. Da liberdade religiosa à urgência do diálogo – a experiência contemporânea. Disponível em: <http://issuu.com/aidlr/docs/8.da_liberdade_religiosa_experi>. Acesso em: 10 set. 2015.
- KAUFMANN, J.C. 2004. *L'entretien compréhensif*. Paris, Armand Colin.
- LEVALLOIS, C. 2012. *Prendre Soins de l'autre – Une vision Chrétienne de la communication*. Paris, Cerf.
- LOPES, F. 2015. *Jornalista – Profissão ameaçada*. Lisboa, Alêtheia.
- MARUJO, A. 2007. Religião e média. Equívocos e possibilidades. Conferência por António Marujo – Prémio Templeton para o Jornalista Europeu de Assuntos Religiosos do Ano 2005 (23 de Outubro 2006). Grémio Literário. Lisboa. *COMMUNIO – Revista Internacional Católica, Ética e Comunicação Social*, 24(1):61-75. Disponível em: <http://www.snpcultura.org/arquivo_vemos_ouvimos_e_lemos_religiao_media.html>. Acessado em: 10 jun. 2015.
- MARUJO, A. 2010. Religionline, um blog para a interrogação e o debate. *Observatório da Cultura*, 14:17-18. Disponível em: <http://www.snpcultura.org/obs_14_web.pdf>. Acessado em: 10 jun. 2015.
- RIUTORT, P. 2002. L'information en matière de religion: Une spécialisation moralement fondée? *Réseaux – Les Journalistes spécialisés*, Hermès Science, 111:131-161.

Artigo submetido em 25-01-2017
Aceito em 24-07-2017