

Uma tríade comunicacional na pós-modernidade: espaço sagrado, geográfico e midiático¹

Helbert Roger ALMEIDA²

Resumo:

A comunicação, tem-se apresentado como indissociável das ações humanas. Na pós-modernidade se apresenta por meio da tríade espaço sagrado, espaço geográfico e espaço midiático. A busca por um espaço sagrado (ELIADE, 1992) e a noção de sagrado e profano é analisado como sendo a essência das religiões, um veículo importante de comunicação entre os seres humanos e entre eles mesmos e as entidades sobrenaturais. Esse mesmo fenômeno comunicacional acontece por meio da geografia da comunicação baseada na noção de espaço geográfico (SANTOS, 2006) onde o autor propõe a questão da racionalidade do espaço como conceito histórico atual e fruto, ao mesmo tempo, da emergência das redes e do processo de globalização. Um espaço igualmente preenchido pelas necessidades comunicacionais humanas são os ambientes midiáticos (MARTINO, 2015) permitindo as pessoas terem acesso a ambientes culturais que antigamente não possuíam. A pesquisa é bibliográfica e exploratória. O nosso argumento é de que a religião ocupa esses três espaços numa tríade comunicacional na contemporaneidade.

Palavras-chave: Comunicação; Sagrado; Religião; Mídias; Pós-modernidade.

1. Sistemas comunicacionais

As pesquisas em “comunicação eclesiástica” (MARTINO, 2016, p. 22), “geografias da comunicação” (BALDESSAR, MOREIRA E PASTI, 2014, p. 521) e “ambientes midiáticos” (MARTINO, 2015, p. 201) mostram que sistemas comunicacionais num

¹ Trabalho apresentado na XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada na Pontifícia Universidade Católica – Campinas, 17/8/2017

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, e-mail: prhelbertalmeida@gmail.com

mundo pós-moderno estão cada vez mais integrados num mundo cada vez mais fragmentado. Esses sistemas estão permeados de narrativas de toda ordem e natureza.

Sistemas comunicacionais podem ser um conjunto de elementos concretos, abstratos e/ou simbólicos. Contém narrativas de cunho religioso, econômico, moral e político dentro de uma sociedade.

A partir da constatação de que os processos e produtos midiáticos na contemporaneidade compõem um sistema de comunicação interativo que integra sistemas lineares e circulares, percebemos uma característica peculiar nas mídias de hoje: cada vez mais as mídias estão oferecendo formas de relacionamento e interatividade. Com isso, surgem novos paradigmas da comunicação verificando-se uma incidência desses fenômenos na transmissão e vivência da fé.

Dentro de nossos limites, nossas interações acontecem todos os dias onde vivemos nossas experiências sempre variáveis em forma de sonhos e realizações. Essas experiências acontecem em espaços de interatividade formado por uma tríade comunicacional: espaço sagrado, espaço geográfico e espaço midiático.

O pesquisador Silva (2014) em seu artigo: *Mídia, cotidiano e cidade. Construções e desconstruções da observação como um método*, destaca alguns aspectos muito importantes do nosso cotidiano. Seu texto oferece uma reflexão acerca das coisas que envolvem o espaço nas cidades, comunicação e mídia na sociedade atual. Ele faz um contraste de dois momentos: um dentro da modernidade e outro na pós-modernidade. No primeiro momento o “tempo, máquina e rigidez comandam as ações e reflexões do dia a dia das pessoas” (SILVA, 2014). No segundo momento as palavras chaves são: espaço, virtual e flexibilidade.

2. Noção do espaço sagrado

A experiência religiosa primordial funda o mundo (ELIADE, 1992). Há uma rotura operada no espaço que permite a constituição de uma realidade não teórica. A

experiência religiosa é um ponto fixo, um eixo central que orienta o futuro (ELIADE, 1992). Quando o sagrado se manifesta através da hierofania, há um rompimento na homogeneidade do espaço, revelando uma realidade absoluta. Em outras palavras, “... o sagrado funda ontologicamente o mundo” (ELIADE, 1992, p. 26). Para o homem religioso, o espaço não é homogêneo, mas apresenta roturas e rompimentos, isto é, há porções de espaço qualitativamente diferentes de outras porções. Um exemplo disso foi quando Moisés teve que tirar as sandálias dos pés, porque o lugar em que Deus estava era sagrado; era terra santa. Era espaço santo (Êxodo 3:5). No conceito de Eliade (1992), existe o espaço sagrado e os espaços não-sagrados.

Para a experiência do homem religioso o espaço não é homogêneo. Por outro lado, para o homem não religioso há uma convicção de que na “experiência profana, o espaço é homogêneo e neutro”. (ELIADE, 1992, p. 26). Percebe-se aqui a noção de sagrado e profano como fazendo parte da essência das religiões. Portanto, o homem religioso enxerga o mundo de forma diferente do não-religioso. Na verdade, são duas formas de viver no mundo. O homem sacralizado e o homem dessacralizado. Essa realidade se insere na vida em todos os períodos da existência humana. Na idade média o ser humano tinha uma visão totalmente sacralizada; fato que se perdeu com a modernidade. Baseado nas observações de Alves (1984), na transição entre a idade média e a modernidade, Deus passou a ter sérios problemas habitacionais. Deus perdeu espaço. O homem com postura dessacralizada ignora a não-homogeneidade do ser sacralizado e torna tudo homogêneo. Deus mandava no céu e os homens na terra. Deus teve problemas de atuação geográfica na terra e houve perda de influência no pensamento e razão humanos de uma maneira geral. O pensamento mudou. O comportamento se modificou e alterou-se também a visão de mundo. Para (ELIADE, 1992, p. 27), o que lhe interessa em sua investigação é “a experiência do espaço tal como é vivida pelo homem não religioso”. Para ele, o ser dessacralizado recusa a sacralidade do mundo e “assume unicamente uma existência ‘profana’, purificada de toda pressuposição religiosa” (ELIADE, 1992, p. 27). No entanto, o ser dessacralizado nunca está em estado essencialmente puro. Embora adote um comportamento profano, ele não

consegue abolir completamente seu comportamento religioso. Por mais que o ser não religioso e dessacralizado seja convicto de seu posicionamento no mundo, ele tem o seu “universo privado” (ELIADE, 1992), onde ele guarda suas experiências únicas e “lugares sagrados” de seu universo privado. São lugares da infância, de casa, da família, da primeira paixão, dos primeiros lugares visitados numa experiência fora de nossa experiência ordinária e cotidiana. Há momentos de quebra em nossa vida cotidiana, onde o mundo se torna não-homogêneo e guardamos alguns eventos em nossas memórias como sendo algo de “qualidade excepcional”, (ELIADE, 1992). São os “lugares sagrados” do universo privado.

Numa cidade moderna um exemplo da não-homogeneidade do espaço é retratado de forma bastante comum e cotidiana. Uma igreja faz parte de um espaço diferente da rua onde ela se encontra. Paradoxalmente, o limite entre a igreja e a rua é a distância entre esses dois mundos ou modos de vivência. São visões tão diferentes, mas ao mesmo tempo tão próximas. O limiar que separa os dois espaços é a fronteira que separa os dois mundos (sagrado e profano). A distância da comunicação entre um espaço e outro é fronteiriça. Isso proporciona em alguns momentos uma espécie de curto circuito. O curto acontece quando há uma conexão de baixa resistência entre dois polos de um dispositivo elétrico ou eletrônico. Acontece de forma acidental e é capaz de causar a passagem de um excesso de corrente podendo causar problemas. Pode resultar numa situação de desorientação ou desordem, dificuldade, uma espécie de colapso no funcionamento de alguma coisa ou algo. Sempre haverá visões diferentes de análise da vida e do modo em que se pretende viver.

3. Espaço geográfico e a geografia da comunicação

O espaço geográfico não está limitado a um território num mapa tradicional. Em seu artigo, Silva (2014) afirma que “a forma com que a percepção do espaço atinge às pessoas é através da velocidade das coisas, das mensagens, que estão circulando mundialmente”. Ainda menciona que “o consumo do espaço aponta para um momento

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

novo, ou nem tão novo para o capital, em que a globalização é vivida por cidadãos comuns no seu cotidiano” (SILVA, 2014). Há um aporte da subárea da geografia da comunicação:

A geografia da comunicação, a arquitetura, o urbanismo, entre outras áreas do conhecimento, vive um momento no qual as possibilidades do estudo do espaço foram ampliadas. O espaço geográfico não deve ser entendido apenas como espaço construído, mas também, e principalmente, um espaço consumido, como espaço midiático. A afirmação de que ‘Mídia, antes de ser comunicação, é espaço’ (SILVA, 2014, p. 200 apud SANTOS, 2007, p. 74)

Ao observador está estampada a subjetividade de cidades subjetivas. “Os signos estão por todo lado com os outdoors, faixas, sinais de trânsito, desvios, pinturas novas, propagandas de construtoras e imobiliárias” (SILVA, 2014, p. 201 e 202).

Silva (2014, p. 202), ainda diz que “este contorno-entorno não é o mesmo dos mapas e plantas da cidade. Tudo se processa no interior do observador”. Ele resume com muita precisão o retrato da nova percepção de espaço geográfico no século XXI: “Outdoors e cartazes, invenções modernas transformadas pelos pós modernidade em espaços de percepção. Simulacros de espaços de compra, lojas de conveniência abertas para o delírio consumista do *Homus-urbanus-post-modernus*” (SILVA, 2014).

A partir desta noção da natureza do espaço geográfico como geografia da comunicação percebe-se que “não existe a totalidade, existe o flash, o instantâneo. A cidade não reflete seus habitantes. Nem mesmo os ‘ilustres’. Estes tornaram-se ruas, passagens sem ligações com o passado” (SILVA, 2014, p. 203).

Em tempos pós-modernos temos a imagem-fluxo, o presente-puro, a interatividade, mundos virtuais, comunicação de massa individualizada, tudo isso deve ser observado mais de perto, pois sugere outra cidade [...]. Essa outra cidade faz desaparecer também certa geografia, que pretendia restringir as análises no espaço físico, no aparente natural de suas montanhas, rios e relevos. À geografia cabe agora, também, o espaço virtual em suas análises.

Santos (2006, p. 12), diz que a partir da “noção de espaço como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações podemos reconhecer suas categorias analíticas internas”. Ele cita a paisagem, a configuração territorial, a divisão territorial do trabalho, o espaço produzido ou produtivo, as rugosidades e as formas-conteúdo. Mas ele nos lembra de que existem os “recortes espaciais, propondo debates de problemas como o da região e o do lugar, o das redes e das escalas” (SANTOS, 2006, p. 12 e 13) e propõe a “questão da racionalidade do espaço como conceito histórico atual e fruto, ao mesmo tempo, da emergência das redes e do processo de globalização”.

Para Santos (2006), a principal forma de relação entre o homem e a natureza ou entre o homem e o meio é dada pela técnica.

As técnicas são um conjunto de meios instrumentais e sociais, com os quais o homem realiza sua vida, produz e, ao mesmo tempo, cria espaço. Essa forma de ver a técnica não é, todavia, completamente explorada” (SANTOS, 2006, p. 16).

4. Espaços midiáticos digitais

A vida contemporânea passa pelas mídias digitais. As pessoas estão conectadas em rede. Esta nova forma de se comunicar permite a ampliação das relações. Novos paradigmas da comunicação e sua incidência na transmissão e vivência da fé permite ampliar essas relações. Seja através do ativismo político e resistência como formas de controle e vigilância, seja para criar linguagens afim de informar ou entreter através da comunicação. As relações mudaram. Estamos no meio de um vórtice de mídias digitais, suas tecnologias, máquinas e aplicativos. Além disso, as relações são afetadas. As

peessoas passam a se entender de maneira diferente por meio de seus relacionamentos, seus problemas e limitações. Esse é um novo espaço.

As mídias digitais são chamadas de “nova mídia”, “novas mídias”, “novas tecnologias” (MARTINO, 2015). Essas expressões segundo o autor, estabelecem uma diferença entre os chamados “meios de comunicação de massa” ou “mídias analógicas”, “como a televisão, o cinema, o rádio, jornal e revistas impressos, dos meios eletrônicos” (MARTINO, 2015, p. 10).

As mídias analógicas tinham base material que compreendia um espaço, algo concreto. Martino (2015, p. 10 e 11), diz que “as informações estavam em discos de vinil, o som era gravado em pequenos sulcos sobre uma superfície de vinil e, quando uma agulha passava sobre esses sulcos, o som era reproduzido”. Isso se dava na fotografia, no cinema por meio de uma fixação de uma película, a partir de reações químicas. A luz chegava através da lente de uma câmera. “No caso do rádio e televisão, ondas produzidas a partir de meios físicos eram lançadas no ar e captadas por antenas” (MARTINO, 2015, p. 11). O autor menciona que a partir das mídias digitais o suporte físico praticamente desaparece, e os dados são convertidos em sequências numéricas ou de dígitos.

O novo espaço traz consigo novas alternativas ou paradigmas de comunicação. Agora acontece com frequência por meio das redes sociais, cibercultura e internet. Conseqüentemente novos conceitos sobre mídias digitais se incorporam a uma infinidade de outros conceitos já existentes (MARTINO, 2015). Surgem conceitos como barreira digital, ciberespaço, convergência, cultura participatória, inteligência coletiva, interatividade, interface, segurança e vigilância, ubiquidade, velocidade, virtualidade.

Em seu livro *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes*, Martino (2015), apresenta um quadro conceituando todos estes termos baseados em estudos a partir de Flew (2008), Gane e Beer 2008), Abercrombie (2008) e Chandler e Munday (2010). Estes estudos chamam a atenção para o fato de que um novo espaço se configura por meio das mídias digitais.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

Conceito	Definição
Barreira digital	Diferenças de acesso às tecnologias e mídias digitais, bem como à cultura desenvolvida nesses ambientes, vinculadas a problemas sociais e econômicos.
Ciberespaço	Espaço de interação criado no fluxo de dados digitais em redes de computadores; virtual por não ser localizável no espaço, mas real em suas ações e efeitos.
Convergência	Integração entre computadores, meios de comunicação e redes digitais, bem como de produtos, serviços e meios na internet.
Cultura participatória	Potencialidade de qualquer indivíduo se tornar um produtor de cultura, seja recriando conteúdos já existentes, seja produzindo conteúdos inéditos.
Inteligência coletiva	Possibilidade aberta pelas tecnologias de rede de aumentar o conhecimento produzido de maneira social e coletiva.
Iteratividade	Interferência e interação entre usuários, ou usuários, programas e conteúdos, em diferentes níveis e formas, nos sistemas de comunicação digital em rede.
Interface	A operação das mídias digitais acontece a partir de pontos de contato “amigáveis” entre dispositivos e usuários, modelados a partir de referências culturais anteriores.
Segurança e vigilância	Possibilidade de identificação de dados gerados nas mídias digitais em rede, ultrapassando os limites público/particular e redefinindo a noção de “privacidade”.
Ubiquidade	Presença, em todos os lugares, de mídias digitais conectadas em rede, estabelecendo conexões em qualquer espaço e tempo.
Velocidade	A rapidez de conexão de dados nas mídias digitais se articula com a aceleração de inúmeras atividades, processos e acontecimentos na vida cotidiana.
Virtualidade	Dados das mídias digitais existem de maneira independente de ambientes físicos, podendo se desenvolver livres, a princípio, de qualquer barreira desse tipo.

Percebemos que os atos comunicacionais acontecem em ambientes decorrente do uso de uma mídia ou de outra.

A pré-história da internet está fartamente documentada, mas, para estabelecer arbitrariamente um ponto de partida, seria possível dizer que, no Brasil, é por volta de 1994-1995 que a rede começa a ganhar espaço no cotidiano. A possibilidade de aquisição de computadores

por parcelas cada vez maiores da população contribuiu para o crescimento do uso da rede no país. Vale lembrar que até os anos de 1990 computadores pessoais eram, por assim dizer, praticamente inacessíveis à maior parte da população – um problema que atrai a atenção nas pesquisas com o nome “barreira digital”, isto é, a diferença de oportunidades e possibilidades de acesso às tecnologias digitais e aos seus ambientes culturais. A partir de 1995, de maneira cada vez mais rápida, as mídias digitais e a internet passam a fazer parte do cotidiano, espalhando-se não apenas no uso de computadores, mas também, em um segundo momento, em celulares, *smartphones* e outros equipamentos. O cotidiano se conecta, e com ele a necessidade de se pensar, em termos teóricos e conceituais, o que significam as mídias digitais (MARTINO, 2015, p. 13).

5. Considerações finais

Resta-nos saber se haverá espaço para todos no cotidiano e na contemporaneidade. Num mundo fragmentado e tecnologizado existem sempre aqueles que vivem marginalizados, diante de um espaço sagrado que parece pertencer a alguns poucos nascidos em berços esplêndidos. Mendigando um espaço ao sol estão aqueles que não tem acesso a ambientes culturais diversos a fim de ocuparem espaços de discussão tornando-se parte de uma sociedade que deve ser construída na base da igualdade. Creio que esses espaços comunicacionais devem ser compartilhados através de políticas públicas a fim de incluir aqueles que dentro de nossas cidades estão a boiar num mar de incertezas e ignorância pelo analfabetismo midiático digital.

REFERÊNCIAS

BALDESSAR, Maria José; MOREIRA, Sonia Virginia; PASTI, André. **Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI** – conhecimento, leituras e práticas contemporâneas. São Paulo: INTERCOM, 2014.

ELIADE, Mircea. **O Sagrado e o profano: a essência das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais**. São

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

Paulo: Paulus, 2016.

_____. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis: Vozes, 2015.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: USP, 2006.

SILVA, Paulo Celso da. Mídia, cotidiano e cidade: Construções e desconstruções da observação como um método. **Mídia e Cotidiano**, São Paulo, n. 4, p. 199-212, junho, 2014.



ECLESIOCOM



Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017
