



Entre o Claustro e o Portal: Reflexões sobre Mídia e Religião a partir da Inserção Beneditina na Internet¹

Priscila Vieira e SOUZA²
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo

As mudanças culturais ocorridas no final do século XX, imbricadas nas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), desafiam a compreensão das intersecções entre mídia e religião. Para além dos estudos que abordam segmentos de maior visibilidade, aponta-se a necessidade de perceber relações entre grupos tradicionais e as NTICs, a fim de atender à complexidade do campo. Assim, atenta-se para dois sites de mosteiros beneditinos como foco de pesquisa – a Ordem instalou-se na América Portuguesa a partir do século XVI e, atualmente, busca inserir-se na Internet. Procura-se, então, estabelecer marcos de análise e levantar questões sobre as relações entre a vida monástica beneditina e a cultura contemporânea. O recorte teórico contempla, a partir da noção de bios midiático, o predomínio do consumo, característico da atualidade.

Palavras-chave: Internet; religião; cultura; beneditinos

Não há surpresas com o que ocorre ao se digitar no principal site de busca na Internet a expressão ‘monges beneditinos’. Aparecem milhares de possibilidades e informações que vão desde venda de produtos artesanais feitos pelos monges até as páginas dos mosteiros, passando pelos sites de localização e por notícias veiculadas pela mídia. Certamente o número de resultados da busca, pouco mais do que 42.000³, é menor do que a média neste tipo de pesquisa. O que é razoável, visto que em expressões, frases e palavras normalmente consultadas no espaço virtual, não há a implicação do claustro ou de votos que asseguram um estilo de vida diferenciado, dedicado à religião e apartado – o máximo possível – ‘do mundo’. A partir disto, diversas problematizações podem ser sugeridas, como a própria noção de claustro ou os processos de construção destas páginas. Para além disto, contudo, o que se apresenta na relação entre monges e Internet é uma questão cultural.

Como toda possibilidade tecnológica, a rede telemática está imbricada no contexto sócio-cultural. Enquanto espaço midiático, não apenas dá visibilidade aos traços culturais, como também os constrói. Assim, colocar-se na Internet pode significar mais do que apresentar-se. É integrar o jogo de relações que formam a cultura e, ao mesmo tempo,

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação e Cultura da ECO-UFRJ, email: priscilavieira@ufrj.br.

³ Pesquisa realizada diariamente de 05 a 20 de maio de 2009.



disponibilizar-se e abrir-se. Significa, ainda, no contexto midiático, dispor-se para um sem número de possibilidades. Muniz Sodré defende que “as práticas socioculturais ditas comunicacionais ou midiáticas vêm se instituindo como um campo de ação social correspondente a uma nova forma de vida, que propomos chamar de *bios midiático*” (2002, p.233). Ora, essa outra dimensão da vida leva a questionar a própria realidade. A frase popular “o que não está na Internet não existe” representa o quanto essa percepção passa pelo cotidiano, como se a condição para *ser* fosse habitar o espaço virtual. Márcio Tavares d’Amaral assim descreve a relação que se cria entre virtual e real:

A própria realidade vai sendo *virtualizada* (do dinheiro de plástico ao *surf* nas redes integradas) e ganha mais interesse aí mesmo onde não é *verdadeiramente* real. O *que é real* se redefine gradualmente em função da intensa visualidade artificial produzida pela cultura imagética. A generalizada mediação que constitui o cerne produtivo da cultura contemporânea faz da verdade algo que necessariamente aparece num *meio* (os meios de comunicação representando nesse processo um papel determinante), como se a verdade tivesse desertado o *mundo*, já não assegurando sua naturalidade. (D’AMARAL, 2004, p.165)

O que se coloca, portanto, é como estes mosteiros inserem-se na Internet, espaço altamente mediatizado, que implica na virtualidade do próprio real. A questão cultural que emerge refere-se à relação entre grupos cujo modo de vida regula-se por fundamentos e princípios solidamente estabelecidos – o cristianismo, de forma geral, e bem especificamente, a Regra de São Bento – e a Internet, enquanto espaço de produção cultural, virtualizante e implicada no bios midiático.

O presente artigo consiste em uma primeira aproximação sistemática do objeto, dentro de um trabalho mais abrangente tanto na pesquisa de campo quanto na discussão teórica. O recorte realizado, portanto, contempla a observação direta dos sites de dois dos nove mosteiros masculinos da Congregação Beneditina do Brasil – o Mosteiro de Monserrate, no Rio de Janeiro, um dos mais antigos da Congregação e o Mosteiro da Ressurreição, o único a ser elevado à abadia no século XX. A discussão teórica também foi recortada, a partir da proposta de Sodré do bios midiático, na problemática do consumo na cultura do final século XX até a atualidade, incluindo no debate diferentes visões desta questão, como as de Bauman e Baudrillard. Inicia-se com breve mapeamento das relações entre igreja católica e comunicação. Depois, apresenta-se parte da pesquisa histórica sobre monaquismo no Ocidente, de que São Bento é patriarca, até a chegada dos beneditinos na América Portuguesa – na perspectiva da relação dos mosteiros com o



‘mundo externo’. Por fim, são colocados os resultados da observação dos sites e considerações sobre a relação com a cultura contemporânea.

Comunicação e igreja: rejeições e apropriações

Em rápido olhar para eventos históricos percebe-se que a relação da igreja com as tecnologias de comunicação não é homogênea ou previsível. Na esfera do catolicismo, estudos de José Marques de Mello e Joana Puntel apontam para quatro fases, sendo que em trabalho recente, Puntel identifica um quinto período. O primeiro momento desta relação, segundo os pesquisadores, seria o surgimento da imprensa, no século XV, caracterizado pelo “exercício da censura”, através da Inquisição. Neste período, a Igreja coloca-se como “a intermediária entre a produção do saber (não somente teológico) e sua difusão na sociedade”. A segunda fase, que pode ser aferida como século XIX, início do XX, caracteriza-se por uma “aceitação desconfiada dos novos meios” (PUNTEL, 2005, p. 130). Inicia-se o uso dos meios de comunicação, de forma controlada e instrumental, para difusão das mensagens eclesiais.

Uma “mudança brusca de rota”, marcada pelo “deslumbramento ingênuo” é a principal característica da terceira fase, afetada pelo Vaticano II (1962-1965) – onde a comunicação recebe, pela primeira vez, abordagem em Concílio. O catolicismo reconhece, então, oficialmente, a ‘necessidade’ de utilizar os meios de comunicação para a evangelização e admite que a ampliação da penetrabilidade da mensagem eclesial pode ser alavancada pelas tecnologias de reprodução eletrônica (PUNTEL, 2005, p. 130). A quarta fase, pontuada especificamente na América Latina, está atrelada à valorização da comunidade realizada pela igreja durante as ditaduras. Ocorre, então, a busca de “novos padrões pelos quais incentiva e respalda experiências de comunicação do próprio povo, providenciando e facilitando para que seus próprios meios sejam a voz dos que não têm voz” (PUNTEL, 2005, p. 131). A quinta e última fase inicia-se a partir da encíclica *Redemptoris missio*, de 1990, em que, pela primeira, vez encontra-se a associação entre comunicação e as mudanças culturais no século XX. O texto papal afirma que

O uso dos *mass media*, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um fato muito mais profundo porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, de sua influência. Não é suficiente, portanto, usa-los para difundir a mensagem cristã e o magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta nova cultura (...). (RM, n.37c)



Conforme a autora, “a novidade dos últimos documentos da Igreja consiste em compreender os *media* como uma *cultura* dos nossos tempos” (PUNTEL, 2005, p. 132). Apesar disso, a própria autora coloca que esta compreensão não é hegemônica e que ainda haveria um percurso a ser trilhado no sentido da integração contextual das relações entre fé e cultura, no que concerne às relações entre igreja e comunicação.

A inserção midiática, na esteira da apropriação das tecnologias de comunicação por grupos religiosos, torna-se intensa e evidente no Brasil desde as últimas décadas do século XX. Igrejas – evangélicas e católicas – saltaram dos horários pagos em rádios, normalmente emissoras locais, para proprietárias de canais radiofônicos e televisivos de abrangência nacional. O fenômeno chama a atenção por ser, talvez, mais que apropriação, uma fusão de mídia e religião e coincidir com – ou criar condições para – o surgimento do neopentecostalismo e o crescimento estatístico dos protestantes no Brasil. Contudo, outras experiências menos visadas, pontuando especificamente o meio cristão ocidental, permanecem à margem e/ou em relação às sociedades e suas diferentes configurações através de séculos, como é o caso das comunidades monásticas. Percebe-se que estas ‘permanências’ têm sido menos visadas nos estudos e pesquisas acadêmicas, embora, acredita-se, possam trazer importantes contribuições para a compreensão da cultura contemporânea e seus modos próprios de sociabilização no contexto midiático, tanto em suas tendências a homogeneizações quanto em suas contradições.

Dentro e fora dos muros: os mosteiros beneditinos do século VI ao XXI

Estudos sócio-históricos e narrativas históricas observam que a relação entre mosteiros e o mundo externo sempre se deu, ainda que de forma conflituosa. Em um dos poucos trabalhos sobre monges na América Portuguesa⁴, Jorge de Araújo Souza utiliza a caracterização do sociólogo Erving Goffman, que enquadra o claustro religioso na categoria de ‘instituições totais’, porque são “um híbrido social, parcialmente comunidade residencial, parcialmente organização formal” e, neste caso, têm por função “servir de refúgio do mundo” (GOFFMAN, 1974, p.17; 21). Para Jacques Berlioz, que estuda religiosos na Idade Média, o ‘refúgio’ não implica total fechamento. Ele salienta que o mosteiro, embora “se pretende um recipiente fechado”, está “aberto ao exterior”. (s/d, p.8)

⁴ No campo das ciências sociais foram encontrados pouco mais do que três trabalhos sobre mosteiros no Brasil, em pesquisa bibliográfica na Internet, incluindo o Portal Capes. Todos eles referem-se à escassez de historiografia sobre o tema.



Na perspectiva da relação do claustro com o mundo externo e a partir das narrativas a que se tem acesso, a história dos mosteiros pode ser dividida – para efeito de análise – em três grandes épocas: medieval, iluminista e, já no Brasil, pós-império. A primeira, demarcada do início das casas cenobíticas de São Bento, no século VI, e que prossegue pela Idade Média, pode ser caracterizada pela ambigüidade. Ao mesmo tempo em que havia a tentativa de distanciamento, os mosteiros acabaram atraindo a população. A relação neste período se dá política e economicamente. Berlioz coloca que o mosteiro era “um objeto de poder”, visto que “os grandes apóiam-se nele para fortalecer o domínio sobre um território” (s/d, p.8). Contudo, a relação entre nobres poderosos e mosteiros nem sempre era bem vista pelos religiosos. Publicação nacional, encomendada pelos monges, sobre a história do Mosteiro de São Bento no Rio de Janeiro⁵ mostra duas diferentes impressões sobre a nobreza medieval. A obra retoma a história dos beneditinos e aponta a ação de reis que procuravam “ter a abbadia d’uma casa do Senhor como premio e beneficio [sic], que pudessem oferecer aos nobres, em paga a serviços alheios à religião e ao altar” como principal causa do “desmantelamento de toda a ordem” (1927, p. 19). Em outro momento, o mesmo livro mostra que a proteção de nobres a determinados mosteiros foi determinante para a permanência da vida monástica.

Além do poder político direto, outro fator de impulsão dos mosteiros para fora dos muros era a atividade comercial. Berlioz pontua que “os mosteiros, grandes e incomensuráveis proprietários de terras, são centros econômicos importantes” (s/d, p.9) no período medieval. A riqueza dos mosteiros era “parcialmente redistribuída através da esmola e do acolhimento aos indigentes” (s/d, p.9). Além disso, em vários lugares os monges implantaram celeiros, adegas, piscicultura, captação e canalização da água, moinhos e extração de minério. Afinal, a Regra de São Bento – escrito do século VI que regula, até hoje, a vida monástica de ordens diversas – aponta a necessidade de que o mosteiro seja auto-sustentável e não precise de nada que não possa produzir, para evitar que os monges deixem o claustro. Características econômicas somadas ao fato de que o mosteiro significava proximidade com o divino – era “local privilegiado de mediação espiritual entre este mundo e além” (BERLIOZ, s/d, p.9) – atraíam a população, que formava aglomerados urbanos em torno das casas cenobíticas.

Esta caracterização geral do monaquismo, feita por Berlioz, é válida também para pensar a experiência monástica na América Portuguesa. Os beneditinos chegam ao Brasil

⁵A edição comemora, em 1927, o primeiro centenário da emancipação da Congregação Beneditina Brasileira e não revela de forma clara os redatores da historiografia.



em 1581. O Mosteiro em Salvador foi instalado por causa de cartas de fiéis, enviadas a Portugal, solicitando a presença dos religiosos na então capital da colônia. Poucos anos depois, alguns monges são designados para fundar a casa cenobítica no Rio de Janeiro, em 1586. Os mosteiros de Olinda, São Paulo e Paraíba surgiram durante os dez anos seguintes e a Congregação Brasileira Beneditina também foi criada neste período.

A relação ambígua, ora tensa, ora protetora, conhece uma nova fase com a virada iluminista, a partir do século XVII, intensificada no XVIII. Narrativas históricas produzidas no Brasil, em 1927 e 1947, revelam as tensões que a Ordem enfrentou neste período. Em Portugal, o Marquês de Pombal, em 1762, proibiu a entrada de noviços – o que afetou drasticamente as casas instaladas no Brasil. Dom Joaquim de Luna, em 1947, apresenta como consequência a quase extinção da Ordem no país. Em 1868, a Congregação possuía 11 mosteiros que somavam 41 religiosos. Esta situação se altera, segundo Luna, apenas com a proclamação da República, que, apesar de recebida com ressalvas, aparece como alento na narrativa do monge: “o novo regime, não obstante guiado por uma Constituição agnóstica, deu indiretamente liberdade à Igreja, e assim as ordens religiosas puderam tomar alento e receber vida nova”. (1947, p. 39/40)

A partir da derrubada das leis que cerceavam as atividades das casas monásticas, iniciou-se uma grande reforma na Congregação Brasileira, solicitada ao próprio papa, então Leão XIII, que aos poucos atingiu a todos os mosteiros. A narrativa cronológica de Luna encerra-se em 1940. Desta data até o presente, como já pontuado, há pouquíssimos trabalhos historiográficos. Os que podem ser encontrados, em geral abordam um período específico de um dos mosteiros exigentes – como é o caso dos trabalhos de Souza e Schactae, respectivamente, sobre os mosteiros de Monserrate, no Rio de Janeiro e da Ressurreição, em Ponta Grossa, Paraná.

Esta breve retomada histórica reitera a perspectiva de que os mosteiros não são espaços totalmente fechados ao mundo externo. Em cada período estabeleceu relações com a cultura, inclusive integrando sua dinâmica de produção social. As casas cenobíticas também são afetadas pelo sistema eclesiástico. Os mosteiros são autônomos e reúnem-se, no caso dos beneditinos, em congregações de que participam as unidades originadas de outro integrante ou por afinidade. Nem as casas, nem as congregações respondem à hierarquia diocesana, mas diretamente ao vaticano, que possui um bispo para cada Ordem. Em diversos momentos, os mosteiros, congregações ou a própria Ordem sofreram ‘reformas’ – normalmente provocadas pela sensação de distanciamento da Regra e dos



objetivos da vida monástica. Mais uma vez, esta necessidade de ‘retorno’ revela que os mosteiros vivem em constante diálogo com a sociedade ampla.

Os mosteiros de Monserrate e da Ressurreição: do claustro para o mundo

“Em pleno Centro da grande metrópole, conserva-se aqui um lugar de silêncio, paz, oração e trabalho, que se traduz em diversas atividades mantidas regularmente”⁶. A frase retirada do texto que apresenta o mosteiro do Rio de Janeiro no site, toca em uma questão recorrente na história do monaquismo: a relação com espaços urbanos. O Mosteiro no Rio de Janeiro foi fundado em região afastada da cidade. Contudo, as narrativas revelam que no século XIX já havia atividade comercial no entorno da abadia. A questão urbana marca um dos principais diferenciais entre o mosteiro do Rio de Janeiro e o de Ponta Grossa. O desafio do claustro em meio à cidade foi um dos motivos que levou um grupo de monges a fundar uma comunidade no interior do Paraná. Schactae aponta ainda dois outros fatores: a busca pelo retorno à tradição beneditina e a releitura desta à luz do Concílio Vaticano II – o primeiro que tratou da questão comunicacional. Assim, pode-se inferir, com grande probabilidade, que isto afeta as relações com as tecnologias de comunicação. Um exemplo é o pioneirismo do Mosteiro da Ressurreição na gravação de CDs de canto gregoriano. A casa do Rio de Janeiro, recentemente, também lançou um álbum. Curioso, isto ocorreu após a eleição para abade de um monge iniciado e formado no mosteiro em Ponta Grossa.

Considerando as dimensões da Internet e a apresentação, em ambos os sites, do texto do mosteiro em três línguas – francês e inglês, além do português⁷ – não é exagero afirmar que os sites dos mosteiros na Internet abrem a vida monástica para o mundo. Vale ressaltar o controle destas páginas, já que são oficiais, elaboradas sob a supervisão dos abades e de irmãos designados por eles para esta função. Assim, olhar para as informações presentes nestes espaços é, também, perceber como os mosteiros projetam-se para a sociedade ampla, como gostariam de ser vistos por aqueles que estão fora dos muros. Neste sentido, um primeiro ponto que chama a atenção é a auto-referência. Toda a informação – seja textual, seja visual – divulgada nos sites refere-se ao próprio mosteiro, à vida monástica, à Ordem Beneditina ou a São Bento. As abordagens mais distantes são

⁶ **MOSTEIRO DE SÃO BENTO DO RIO DE JANEIRO.** Disponível em <www.osb.org.br> Acesso em 5 junho de 2009.

⁷ Em ambos há ícones para acessar o site em inglês e francês. Contudo, a ferramenta não está em funcionamento no site do Mosteiro da Ressurreição.



do tombamento da capela, no Rio de Janeiro e de questões relacionadas à Faculdade de São Bento, que, apesar de administrada pelos monges, foge ao escopo da vida monástica.

Esta auto-referência, no entanto, diferencia-se entre os dois casos analisados. No Mosteiro do Rio de Janeiro, a dimensão externa aos muros é tangenciada nas relações da Faculdade e em relações políticas – há, por exemplo, na primeira página do site os logos das empresas que financiam a restauração de uma das capelas da abadia. Apesar de ser uma auto-referência, é ao mesmo tempo um ponto de contato – publicitário – com a vida fora dos muros. Vale lembrar que os negócios sempre operaram como forte impulsionadores da relação com o mundo. Também em ambos os sites há espaços dedicados para a venda de produtos – o site do Rio de Janeiro oferece o link para o site da editora e o de Ponta Grossa para uma loja virtual, mas ambos não estavam com o recurso em funcionamento nas datas de acesso para a presente análise. O Mosteiro da Ressurreição não exerce outro tipo de atividade além da manutenção da vida monástica, do trabalho rural para subsistência, da hospedagem. Sua principal atividade externa – nos limites do muro – é a produção dos CDs. No entanto, os monges são proibidos de fazer ‘shows’. Para ouvi-los ‘ao vivo’ é necessário participar de um dos ofícios ministrados na capela do mosteiro.

Diversos elementos e informações coincidem nos sites. Ambos apresentam os respectivos mosteiros, trazem informações sobre a rotina dos monges beneditinos e as práticas espirituais dos irmãos – como a lectio divina, os horários dos ofícios, fotos dos cenóbios. Em ambos também aparecem informações sobre como contribuir com o mosteiro, agendar hospedagem, horários para visitas e como ingressar na vida religiosa. Há, contudo, duas diferenças marcantes. As imagens que aparecem no site do Mosteiro de Monserrate mostram ícones religiosos dos beneditinos: São Bento, esculturas de outros santos, fotos da medalha, da fachada dos prédios e de partes das capelas ou vista em perspectiva do claustro. Já no site do Mosteiro da Ressurreição, as imagens possuem outra abordagem. Na maior parte aparecem os monges, sozinhos ou no coletivo, em suas atividades cotidianas. Há fotos da lectio divina, do trabalho rural, do canto e outras partes dos ofícios, das reuniões para leitura da Regra ou com fins de entretenimento. Enfim, a percepção intuitiva oferece na abordagem do primeiro, a sensação de distanciamento, mediação, mistério – são ícones, símbolos, imagens de representações. As fotos no site do Mosteiro da Ressurreição transmitem proximidade, clareza, revelação – torna acessível a rotina da vida monástica. A própria quantidade de fotos marca um diferencial: o site da casa do Rio de Janeiro apresenta poucas fotos, todas estáticas, em tamanho pequeno. No



site do mosteiro em Ponta Grossa há uma grande variedade de imagens e a possibilidade de “visita virtual”.

Um navegador atento facilmente nota que os sites se diferenciam também na escolha dos recursos disponíveis. Há, é claro, elementos em comum: link para envio direto de e-mail (sem abrir a caixa do visitante), links para outras seções dos sites. Há, no entanto, diferentes usos, especialmente das ferramentas de interação. O Mosteiro de Monserrate recorre muitas vezes ao link para envio de e-mail. Além disso, seu principal diferencial é o chat, em que é possível conversar com um dos monges, no dia e hora marcados, que perfazem o período de uma hora por semana. Apesar da restrição de tempo e horário, é uma ferramenta de comunicação que chama atenção porque através dela não apenas o mosteiro disponibiliza informação, mas também recebe. E interage.

No site do Mosteiro da Ressurreição não há nenhuma forma de contato direto, apesar dos textos apresentarem constantemente o apelo para uso do telefone e e-mail. Contudo, o site apresenta apelos sensoriais do tipo “passe o mouse” – para ver, por exemplo, em um relógio, o que os monges fazem a cada hora do dia –, e um mural onde os navegantes podem deixar recados. Novamente, ferramentas que não somente dispõem o mosteiro para os interessados, mas também trazem aos monges a possibilidade de contato com as dimensões da vida fora dos limites territoriais dos mosteiros.

Mídia e religião no contexto cultural do século XXI

É interessante observar que, segundo a análise de Melo e Puntel, a postura oficial da igreja católica em relação às tecnologias de comunicação tem sido de resistência, desconfiança. Por outro lado, a historiografia encontrada sobre os monges revela que os mosteiros sempre foram espaços até certo ponto abertos. Apesar de não ser possível, neste paper, aprofundar estas relações, inclusive as eclesiásticas, supõe-se que não há contradição entre os dois fatos. A igreja sempre esteve em simbiose com a cultura, em cada época, fosse em situação de influência direta e até imposição, fosse em tensão e conflito. O que parece ter ocorrido é que os órgãos máximos da igreja demoraram para perceber as relações entre tecnologias de comunicação e cultura. Para Puntel, esse ainda não é o posicionamento dominante nas estruturas eclesiais, mesmo após 40 anos do Vaticano II, que aponta para a necessidade de mudanças na postura comunicacional. Talvez os sites dos mosteiros situem-se neste contexto. Talvez sejam apenas fruto da necessidade de apresentar-se, de possibilitar que as pessoas os conheçam, o que permite a continuidade do sustento material das casas e a divulgação para atrair candidatos à vida



religiosa. No entanto, não é possível ‘fazer uso’ das tecnologias, como se fossem neutras ou meramente instrumentais; ou ainda, como se seu caráter instrumental também não implicasse em questões culturais menos evidentes a priori.

Sodré observa que, a partir da segunda metade do século XX, a questão comunicacional “ganha vulto e importância (...) com a crescente presença hegemônica da informação na estruturação das representações e ações sociais” (2001, p.72). O autor aponta, então, não apenas para mudanças no campo dos estudos – a comunicação busca autonomia no meio científico – mas também na própria estrutura social. Na virada para o século XXI, as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) coincidem e contribuem com o processo econômico-político de globalização.

Na busca por compreender essas relações a partir da realidade social, o autor retoma a filosofia clássica. Ao pensar a Polis, Aristóteles distingue três gêneros de existência: “*bios tehoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo)”. Sodré defende que, na contemporaneidade, é possível distinguir um quarto gênero: o bios midiático, “onde predomina a esfera dos negócios, com uma qualificação cultural própria (a ‘tecnocultura’)” (2002, p. 25). A proposta do autor é de que o mercado, o mundo dos negócios, está indistiguivelmente imbricado nos meios de comunicação e ambos na cultura contemporânea. Sodré ressalva que, para Aristóteles, os negócios não poderiam ser enquadrados em esfera própria. Contudo, 24 séculos depois, acredita que esta fusão entre o mercado – que se estende, com seus valores, em escala planetária – e as NTICs torna possível pensar nesta quarta dimensão da vida. Uma das características deste gênero de existência é uma moral utilitarista que se resume em compra e venda. Nas palavras do autor,

A mídia fala do mundo para vendê-lo ou agilizá-lo em termos circulatórios – sua verdadeira agenda é a do liberalismo comercial. Sua moral utilitarista, com o mercado como vetor de mudanças (...), não contempla a utilidade social, pelo contrário, é privatista e redutora da sensibilidade quanto ao coletivo. (SODRÉ, 2002, p.64)

Logo adiante, Sodré afirma que “a moral da mídia contemporânea é apenas mercadológica” (*Idem*, p.65). Ora, a associação entre mercado e tecnologias comunicacionais é uma constante no pensamento crítico sobre mídia e cultura. Guy Debord e Baudrillard, em épocas e posturas distintas, percebem a intensificação do consumo como traço marcante das sociedades de meados e fim do século XX, respectivamente. Debord defende, nos anos 60, a conformação da sociedade do



espetáculo, caracterizada pela organização através da produção e consumo de imagens, mercadorias e eventos culturais, em que nada mais havia que não fosse mercantilizado e espetacular. O espetáculo é a representação do real difundida midiaticamente que se torna – a própria representação – realidade. Ou seja, a realidade é acessada por intermédio, através de algo (tecnologia de informação) – representação, que acaba por confundir-se com o próprio real. Interessante observar que, para Debord, mudar essa realidade, em qualquer aspecto, significa combatê-la como um todo. Em suas palavras, “(...) não é possível reformar o mínimo detalhe sem desfazer o conjunto”. (DEBORD, 1997, p. 230)

No final do século XX, o francês Jean Baudrillard não percebe possibilidade de ‘combate’ à realidade espetacular: o espetáculo teria suplantado a realidade de tal forma que já não há mais representação; apenas signos referentes a outros signos, em escala infinita. O que existe, então é o simulacro, uma aparência de realidade que o autor chama de hiper-real. Essa sociedade altamente virtualizada, esquecida do real, ausente de fundamentos e, portanto, impossível de representação, é regida pela operacionalidade, eficácia e consumo. Coerente com a lógica do domínio dos signos, Baudrillard sustenta que o alvo do consumo não está mais em objetos concretos, mas no valor abstrato a eles atribuído. A publicidade é exemplar: os comerciais vendem conforto, felicidade, bem estar, ou seja, sentimentos. Os objetos já não possuem valor de uso, mas valor simbólico. Assim, tudo é passível de consumo, já que os meios de comunicação transformam informação, objeto, fatos – qualquer coisa – em signos.

Ora, a substituição do “código ao referencial” gera o processo de simulação, altera a forma das coisas, de modo que o real é substituído por este “neo-real”, produzido a partir do código. Nas palavras do autor, “opera-se em toda a extensão da vida quotidiana, um imenso *processo de simulação*” (BAUDRILLARD, 1997,153). É desta forma que “a vida quotidiana acaba por ser réplica do modelo” (*Idem*, p.156). Uma das conseqüências é a produção cultural se dar sob a lógica do mercado. As tecnologias de comunicação seriam espécies de máquinas de fazer signos com a finalidade de consumo.

Já no século XXI, Bauman debruça-se sobre a cultura e aponta que o principal valor da atualidade é a liberdade – e liberdade para busca do prazer individual. Ele coloca que a modernidade instalou a segurança como prioritária e, por ela, era possível reduzir a liberdade. Na cultura do final do século XX, início do XXI, a liberdade predomina sobre a segurança, o que gera tensão ou, como coloca o autor, mal-estar: “os mal-estares da pós-modernidade provêm de uma espécie de liberdade de procura do prazer que tolera



uma segurança individual pequena demais” (BAUMAN, 1998, p.10). Neste sentido, o pensador também aponta o consumo, como conquista ou realização desta liberdade.

Apontamentos: monges e Internet, um falso espanto?

Sodré estabelece relações profundas entre mídia e religião, percebendo nas novas tecnologias comunicacionais “características divinas, como onividência e ubiqüidade”: “reprise-se a velha combinação da prática mediadora com a vivência mística, só que agora sob a égide do *medium*” (2002, p.67). Neste sentido, defende que “esse novo fenômeno mítico-religioso prospera com uma moralidade de base cristã”, associada ao domínio econômico norte-americano, que imporia também “um credo moral”, altamente confundido com a esfera política (*Idem*, p.68). Este raciocínio leva o autor às recentes confluências da religião com a mídia que, no Brasil, manifesta-se sobretudo no neopentecostalismo. Contudo, a proposta comunicacional de mosteiros pode ser facilmente diferenciada da fusão entre mídia e religião que tem sido realizada pelos neopentecostais, no meio evangélico e, na esfera do catolicismo, principalmente pelo movimento carismático. Afinal, vale lembrar o claustro e suas implicações; a ausência de um projeto multimidiático – o site não coincide com canais de televisão e rádio; a ausência de um projeto político, identificado na inserção midiática neopentecostal⁸.

Ao tomar por base o texto da Regra de São Bento – que rege a vida monástica beneditina – percebe-se claramente diferenças e contrastes com as caracterizações da cultura contemporânea acima colocadas. Se o consumo pressupõe o valor da liberdade individual – como identificado por Baumann e por Sodré quando aponta a privatização e distanciamento do coletivo – seu predomínio é incompatível com o cenóbio beneditino. Embora, conforme aponta Berlioz, os negócios sempre atraíram os mosteiros para fora dos muros, a imposição consumista do século XX e XXI não é análogo à esfera do que seria o mercado medieval. O primeiro capítulo da Regra revela uma intensa valorização da vida comunitária. Quando apresenta os modos da vida monástica, o texto faz clara opção pela vida em comum, em detrimento, por exemplo, dos eremitas (gênero anacoreta). E ainda assim, não se trata de uma comunidade qualquer, mas da que possui regras e abade – valoriza-se a hierarquia e a disciplina. No capítulo 4, dedicado a uma

⁸ Flavio Conrado, em *Cidadãos do Reino de Deus: representações, práticas e estratégias eleitorais*, conclui que “a importância dos meios de comunicação na estratégia expansionista da IURD [Igreja Universal do Reino de Deus] concorre para tornar a *Folha Universal* um meio privilegiado de imposição de concepções e representações” (2000, p. 101). Maria das Dores Campos Machado define seu objeto de pesquisa como o “tripé política, mídia e assistência social, que sustenta o projeto da IURD de ampliação de sua capacidade de influência na esfera pública brasileira”. (2006, p.31)



longa lista de “instrumentos das boas obras”, aparecem instruções como “não abraçar as delícias” e “fazer-se alheio às coisas do mundo”. (Regra, IV, 12; 20)

Ainda do ponto de vista do consumo e dos ‘negócios’, é interessante observar que a ênfase dos sites não recai sobre a manutenção material. Apesar de convidarem os visitantes à contribuição, os recursos de venda on line simplesmente não funcionam em nenhum dos dois espaços. O fato do conteúdo ser integralmente auto-referente aponta para a necessidade de divulgação. Talvez a proposta seja tão somente marcar presença, possibilitar que os navegantes conheçam a vida monástica – seja ela solene e distante, como apresentada pelo mosteiro do Rio, seja próxima e encarnada, como procura apresentar a casa de Ponta Grossa. Ou seja, pode ser que a questão seja existir no espaço virtual, cada vez mais definidor da realidade, como coloca D’Amaral.

A observação dos sites demonstra equilíbrio na relação dos monges com a Internet, no sentido de não apresentar deslumbramento tecnológico – que poderia ser evidenciado na utilização de recursos e ferramentas disponíveis pela tecnologia -, nem total restrição, já que estão ali apresentados. Após a investigação histórica dos mosteiros e da relação entre igreja católica e comunicação, esta postura não surpreende. Desta forma, talvez não seja possível falar com exatidão em claustro ‘e’ portal. Pode ser que o portal – sejam pesados portões medievais ou espaço virtual na Internet – seja constitutivo do claustro. Contudo, na contemporaneidade, essa sugestão não deixa de ser um incômodo à reflexão cultural – basta retomar os contrastes encontrados, em um rápido percurso, entre as caracterizações da cultura do século XXI e o estilo de vida monástico.

Os autores utilizados apontam para uma tendência ao absoluto na cultura contemporânea. Propor a quarta dimensão da existência, o bios midiático, indica a percepção de que a esfera dos negócios aliada à tecnologia gerou algo tão potente que se impõe como necessário. Debord e Baudrillard são radicais nas constatações do domínio do consumo e, no primeiro caso, da representação, que em Baudrillard já não faz mais sentido, pois tudo apenas apresenta-se, sem real para representar. Para Bauman, o consumo não é apenas necessário para realização da liberdade individual – valor supremo da contemporaneidade – como também é parâmetro de exclusão. Assim, talvez seja necessário fazer ainda uma questão mais profunda à cultura.

Se a constatação de Baudrillard é exata e incontornável, e a experiência se tornou hiper-realidade, a mera presença dos mosteiros na Internet faz deles simulacros disponíveis ao consumo. Da mesma forma, a sua existência fora da Internet, nada diz tampouco ameaça a hiper-realidade, já que o real tornou-se desinteressante. Neste caso,



tudo o que existe está inserido nesta lógica, independente de apregoar ou não princípios que não se identificam com a cultura atual: movimentos sociais, ativismo político, igrejas, museus etc – porque os ditos ‘princípios’ já não se sustentam. Se este for o cenário da atualidade, é o portal que se sobrepõe e pode aniquilar o claustro.

Por outro lado, mais do que contrastes, talvez seja possível falar em contradições nesta relação. Talvez a inserção beneditina na Internet – e, neste caso, de outros grupos – aponte para a inexistência deste absoluto homogeneizador. Viver o bios midiático pode significar apenas inclusão e não abandono das demais dimensões da vida – política, contemplativa/ teórica, corpórea. Os mosteiros utilizam a técnica, dialogam com o universo em que esta técnica se insere; no entanto, prosseguem seu estilo de vida comunitário – hierárquico, autônomo, centrado em tradições religiosas – em meio a outras propostas culturais. O diálogo com o mundo externo implica na releitura das tradições e talvez seja determinante para a continuidade deste tipo peculiar de vida religiosa. Esta permanência se dá, como se evidencia, em relação com a sociedade em que os mosteiros estão inseridos – ainda que seja pela negação, ao definir-se pelo afastamento. Se esta hipótese verificar-se, então claustro e portal, ainda que conflitantes, são complementares.

Coloca-se, portanto, a necessidade de aprofundar a questão cultural que emerge do estudo proposto visto que as hipóteses a que se chega revelam a complexidade das relações colocadas pelas tecnologias comunicacionais e apontam algumas possibilidades para a confluência entre mídia e religião. Até mesmo porque o consumo é apenas um dos aspectos da cultura do século XXI, a que se poderia somar a tecnicidade, a interação global, a prevalência da eficácia sobre a causalidade e outras, que certamente aparecerão na continuidade da pesquisa e provavelmente sejam chaves importantes para a compreensão deste campo específico e da comunicação na contemporaneidade.

Referências bibliográficas

AMARAL, Marcio Tavares d'. **Comunicação e diferença: uma filosofia de guerra para uso dos homens comuns**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A Cultura dos Mass Media**. In *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.



BERLIOZ, Jacques (Org.). **Monges e religiosos na Idade Média: pequena história**. Lisboa: Terramar, s/d.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GOFFMAN, Erving. **Manicômios, prisões e conventos**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

LUNA, D. Joaquim G. de, OSB. **Os monges beneditinos no Brasil: esboço histórico**. Lumem Christi: Rio de Janeiro, 1947.

MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli dos (ORG). **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. UMESP: São Bernardo do Campo, 2001.

MOSTEIRO DE S. BENTO DO RIO DE JANEIRO. Abbadia Nulius N. S. do Monserrate. O seu histórico desde a fundação até o anno de 1927. Traços biographicos dos monges fallecidos. Papelaria Ribeiro: Rio de Janeiro, 1927.

PUNTEL, Joana T. **Cultura midiática e Igreja: uma nova ambiência**. São Paulo: Paulinas, 2005.

REDEMPTORIS MISSIO, 1990. Disponível em: <
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_po.html> Acesso em: 20 de julho de 2009.

SOUZA, Jorge V. A. **Monges negros: trajetórias, cotidiano e sociabilidade dos beneditinos no Rio de Janeiro – século XVIII**. Rio de Janeiro: 2007.

SCHACTAE, Andréa Mazurok. **O ser monge no Mosteiro da Ressurreição: práticas e rituais (1981-2000)**. Curitiba: 2002.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

<www.osb.org.br>

< www.ressurreicao.org.br>

< http://www.vatican.va/phome_po.htm>