

A LÓGICA DO DOM E A TEOLOGIA DA RETRIBUIÇÃO – REFLEXÕES SOBRE A RELIGIOSIDADE MIDIÁTICA NA PÓS-MODERNIDADE.

OLIVEIRA, Adelino Francisco de (Faculdade Salesiana Dom Bosco de Piracicaba)

1. Uma aproximação ao termo “dom”

O termo “dom”, não obstante a imprecisão e obscuridade de sua origem etimológica¹, vincula-se à noção de dádiva, de doação natural a priori, desprovida de qualquer merecimento explícito. Assim, como dádiva, o dom assume a condição de presente, aquilo que é dado (e recebido) a alguém.

Neste sentido, dom é algo que se recebe ou mesmo se dá, independente de qualquer ato meritório. É neste ponto que o dom se desvela como dádiva. Pois, o dom doado (ou recebido) não é afetado por condicionantes inerentes ao donatário.

Não obstante os limites de uma definição conceitual que possamos vislumbrar neste incipiente artigo sobre o dom, talvez o que demais relevante e fundamental a ser dito foi explicitado por Jean-Luc Marion, ao argumentar que “o dom explica-se por si”². Tal perspectiva de compreensão situa-se em estreita relação com a expressão “o amor não se define, o amor se vive”. Talvez possamos parafrasear asseverando: o dom simplesmente se vive.

2. A problemática do dom cerimonial

O pensador René Girard³ ao analisar a lógica do desejo mimético nos possibilita um interessante caminho para refletirmos sobre o dom que se manifesta no ritual cerimonial. Segundo Girard, o desejo mimético configura-se no desejo de ter e ser o que o outro possui e é. Tal desejo imitativo – o termo *mimesis* é de origem grega e pode ser traduzido como *imitação* – é também apropriativo: o sujeito desejante enxerga no outro o sentido e a plenitude que não encontra em sua própria existência; vindo a buscar, dessa forma, apropriar-se da vida desse outro. A lógica mimética – imitativa e apropriativa – lança o ser humano em um ciclo infernal de violência, no qual o desejo

somente alcança uma satisfação momentânea, não sendo nunca completamente saciado. Nesta lógica, na medida em que se realiza a apropriação e a identificação com o outro (objeto desejado), o mimetismo desencadeia um novo desejo, perpetuando o constante sentimento de falta e de vazio.

Girard considera que a dinâmica do desejo mimético envolve toda a sociedade em uma lógica de violência e caos. Tal situação apenas é aplacada, de maneira relativa e temporária, no ritual sacrificial. Neste caso, a sociedade acaba por apontar um responsável – identificado como o bode expiatório – pela violência e desordem, a desencadear a violência vitimária. Assim, o ritual sacrificial, mediante a violência vitimária, a promover o holocausto do bode expiatório, acaba por aplacar a lógica do desejo mimético.

Neste ponto, para Girard, descortina-se a perspectiva da lógica do dom, a superar a dinâmica do desejo mimético. O exemplo mais evidente se encontra no âmbito do próprio cristianismo. Neste caso, a vítima se entrega livremente – fazendo-se dom de si –, desmascarando a violência sacrificial. Assim, apenas o dom desvela-se capaz de superar o dinamismo da violência mimética. Neste sentido, o ritual cerimonial⁴ cumpre, então, a função de estabelecer a lógica do dom em superação à lógica da mimese.

4. A estrutura econômica do dom

A estrutura econômica do dom compreende três movimentos fundamentais: o doador, o dom doado e o donatário (aquele que recebe o dom).⁵ Estes três momentos compõem a realidade da doação. O doador consiste naquele que doa o dom, o donatário configura-se naquele que recebe o dom e o dom é aquilo que se doa propriamente.

Neste ponto, Jean-Luc Marion explicita que a doação assume uma dimensão espontânea, na proporção em que afirma que “doamos a todo o momento, do mesmo modo que respiramos”⁶. Isso significa que a doação contempla um aspecto fundamental e próprio do humano.

É preciso, no entanto, considerar a natureza da relação entre doador, dom e donatário. Há uma relação de interação e retroação entre ambos que deve ser explicitada. Essa relação de interação e retroação não representa nenhum tipo de dependência ou alteração na natureza do doador. A interação é evidente, pois, ao doar um dom, o doador cede algo de si – sem, no entanto, perder nada – ao donatário. Neste ponto, Jean-Luc Marion explicita que “o dom se recupera em si mesmo”.⁷ A dinâmica da retroação, no entanto, é mais complexa. O donatário pode ou não se voltar – imbuído de um sentimento de gratidão e reconhecimento – para o doador, entretantes sua atitude não altera a natureza do doador. De maneira mais direta, isso significa que o doador age – cedendo o dom – independentemente da atitude do donatário. Se houvesse uma interdependência entre doador e donatário a doação converter-se-ia em mera troca, e o dom estaria anulado. Outra implicação importante a ser ressaltada consiste na não alteração da natureza do doador. Isso significa que o doador conserva a verdade de sua realidade, que se mantém sempre preservada.

De fato, o doador, ao doar, deve estar desprovido de qualquer pretensão de retorno ou troca, pois quando subsiste mesmo que uma ínfima intenção de troca o dom é automaticamente anulado⁸. Isso implica também que ao doar o dom doado deve estar desprovido de qualquer pretensão de retorno. O donatário, por sua vez, não deve entender que ao receber um dom passa a ser um devedor do doador. A idéia de “receber um débito”⁹, ao receber um dom, configura-se também como um mera troca, sendo o dom cancelado.

No entanto, torna-se necessário uma compreensão mais fina sobre o sentido do “dom”. O dom genuíno não deve ser confundido ou mesmo vinculado à noção de troca. Neste caso, o dom não desponta como conseqüência de um merecimento a priori, nem exige um “contra-dom”. É neste ponto que a lógica do dom coloca-se para além (em um movimento de superação) da dinâmica da reciprocidade. Apesar de contemplar uma dimensão interessante, a reciprocidade, quando assumida como perspectiva obrigatória, acaba por corromper o dom, anulando-o como dádiva.

Neste sentido, a máxima de São Francisco, *o pobrezinho de Assis*, – “é dando que se recebe” –, a compor a dinâmica da reciprocidade, deve ser compreendida em uma chave mais profunda. O doador, ao doar – assumindo a dinâmica do despojamento –, não recebe em um movimento de troca, recebe sim na medida em que o ato de doar plenifica e realiza a sua própria essência. Nesta perspectiva, São Francisco explicita uma ética do humano, que somente se encontra em sua humanidade na medida em que assume a dinâmica da doação.

Superando e ultrapassando então a lógica da reciprocidade, alcançamos a genuína dinâmica do dom, alicerçada na Graça e na gratuidade. A Graça discernida como a dinâmica da ação de Deus e a gratuidade, por sua vez, a definir o critério das relações humanas¹⁰. Assim, segundo o teólogo Hermilo Pretto, a gratuidade humana configura-se como o único espaço em que a Graça divina ganha consistência histórica.¹¹ Desvela-se, de fato, a lógica do dom: em perspectiva divina. O dom é manifestado e transmitido por meio da Graça; de maneira análoga, as relações humanas espelham tal realidade quando imbuídas do sentimento de gratuidade. Assim, a Graça, que é expressão do dom de Deus, inspira a gratuidade humana, a dinamizar o dom.

No intuito de aprofundarmos menos o tema da Graça e mais a questão da gratuidade, a nortear as relações humanas, retomaremos alguns elementos da filosofia antiga. Neste caso, Aristóteles, ao abordar o tema da amizade em sua obra *Ética a Nicômaco*, apresenta e analisa três perspectivas a dinamizarem a relação de amizade: a utilidade, o prazer e a virtude. As duas primeiras se assemelham, na medida em que engendram relacionamentos motivados por interesses. A amizade, tendo como motivação a utilidade, ama pelo que é benéfico para si mesmo; a motivada pelo prazer, faz pelo que é prazeroso a si mesmo. Aristóteles considera ambas formas de amizades circunstanciais. Para o Estagirita, a amizade autêntica é aquela que tem como fundamento a virtude. Isso significa que a amizade tem como base a bondade entre os que são bons, fundamentando-se no desejo de querer o bem ao outro – pelo simples fato do bem e da bondade que tal postura contempla. O pensamento estóico articulado pelo filósofo Sêneca, também desponta como uma importante referência para o tema do dom. Ao trabalhar a questão da relação entre amigos, Sêneca fornece-nos – a partir

da tradição filosófica clássica – uma interessante compreensão do que seria a gratuidade. Para o estóico, na perspectiva de Sêneca, o sábio estabelece suas relações de amizade totalmente desprovidas de qualquer interesse, pois se basta a si mesmo¹². Isso significa que o sábio é aquele que está totalmente livre – na medida em que si basta – para viver a amizade, pois não guarda nenhuma motivação além da amizade em si mesma.

De fato, as reflexões de Aristóteles e as considerações de Sêneca nos fornecem elementos fundamentais para uma compreensão do sentido último da gratuidade. O dom somente se preserva enquanto dom, quando dinamizado por relações gratuitas. A gratuidade compõe a base fundamental para o dom. O tema da amizade articula-se ao tema do dom, quando se refere à perspectiva de não se esperar; se trocar; não fazer prevalecer os próprios sonhos e causas próprias; despojar-se de interesse; abrir-se ao outro como se fosse a si mesmo, não desejar o que está além do bem do outro; iluminar-se de um espírito gratuito e genuíno; lançar-se para alegria do outro, como se esta fosse, num momento, seu único motivo e sentido.

Essa dinâmica relacional articulada pela Graça e pela gratuidade, a delinear o estatuto do dom, desvela-se como um primeiro estrato da fenomenologia¹³. Discerne-se que um fenômeno, para se manifestar, em um movimento primeiro, assume a perspectiva da doação. Assim, a doação caracteriza-se como manifestação fenomenológica. Neste sentido, a abordagem fenomenológica – tema caro ao pensador Martin Heidegger – configura-se como uma possibilidade de compreensão da economia do dom.

A manifestação do dom, por meio da Graça, revela, fenomenologicamente, o próprio Deus, que em Jesus – por sua paixão e morte –, se faz dom de si. Desvela-se, neste ponto, a essência do dom: o dom reside no próprio ato de doar-se. Em relação análoga, por meio da dinâmica da gratuidade, as relações humanas alcançam a plenitude. Nesta perspectiva, o dom manifesta o sentido do humano.

5. Elementos aproximativos à Teologia da Retribuição

Neste momento devemos discutir, de maneira contida, o conteúdo teológico dos discursos religiosos midiáticos. Neste sentido, vislumbrando compor um material de análise, temos nos dedicado em assistir e ouvir – pois os discursos religiosos alcançaram a grande mídia televisiva e radiofônica – ainda de forma pouco sistematizada – os mais diversos programas religiosos, vinculados às mais variadas Igrejas, todas de inspiração cristã.

A teologia será mais ignorada e indesejada que controlada. O lado racional da fé cederá lugar às vivências emocionais. Os temas mais diretamente ligados à experiência do Espírito Santo serão mais estudados. Abundará uma literatura teológica de divulgação sobre milagres, cura interior, batismo no Espírito, dons do Espírito, carisma e temas semelhantes. O interesse comercial de venda tenderá a ser ainda mais decisivo na escolha das publicações. Então uma literatura carismática, de auto-ajuda espiritual, de divulgação religiosa terá maior acolhida. Os vídeos pastorais e religiosos substituirão os livros, deslocando-se o interesse da leitura para a imagem.¹⁴

Em contraposição e distintamente das análises e reflexões sobre a dinâmica da lógica do dom, a religião midiática, de maneira geral, assume como perspectiva teológica a lógica da retribuição, a delinear um movimento de intensa busca (barganha?) pela graça – que, como vimos, seria puro dom.

Neste sentido, a perspectiva elementar da teologia da retribuição consiste na noção de que a fidelidade a Deus é plenamente recompensada com vida e benção e a infidelidade é castigada com sofrimento e miséria. Assim, a retribuição divina alcança uma dimensão material, na medida em que o fiel passa a gozar, inclusive, de prosperidade financeira.

O cotidiano da vida pós-moderna impulsionou as relações midiáticas e o amplo desenvolvimento dos aparelhos eletrônicos de difusão da cultura de massas. A religião e as Igrejas, tomando como cerne seu ideal missionário e pregações de fé, apropriam-se, de forma compulsiva da aparelhagem eletrônica, almejando impactar e persuadir fiéis. A idéia central e fundamental do movimento encontra-se na perspectiva a que, através de uma economia de tempo e da apropriação do cotidiano de um número cada vez mais de fiéis, se projete a palavra missionária, utilizando de métodos persuasivos

¹⁴ LIBANIO, João Batista. *Cenários da Igreja*. 3º ed. São Paulo, Loyola, 2001, p. 54.

da mídia e dos meios de comunicação – as imagens, os sons, o apelo fotográfico etc. A expressão midiática da Igreja rompe com o aspecto ritualístico e tradicional dos cultos, ao possibilitar à gama de fiéis o contato restrito e único da pessoa devota e religiosa com a pregação através das imagens e ondas de rádio, poupando-lhe tempo e presença nos cultos, missas e momentos de oração. A televisão e o rádio passam a se conflagnar como principal mecanismo de persuasão e conquista de fiéis, aplacando territórios diferenciados e um público suscetível à influências dos meios de comunicação de massa, propulsores de uma linguagem simplista, apelativa e demarcada pela ilusão das imagens e do impacto.

O contexto histórico da utilização midiática, alavancada pela igreja, apresenta-se diversificado, seguindo uma linha cronológica, intensificada a partir da década de 60. O impulso da mídia caracterizou-se como estratégia adotada pelas igrejas pentecostais e neopentecostais norte-americanas. Utilizando de um conteúdo moralizador e conservador, as igrejas aplacavam fiéis, apelando para sermões severos, exorcismos – carregados de imagem e diálogos impactantes – e pregações de caráter de salvação/redenção. Em geral, de 1970, os espaços da televisão e do rádio brasileiros passam a contemplar a população, atentando para o público evangélico e pentecostal, em franca ascensão. As Igrejas Renascer, Deus é Amor e Assembléia de Deus tomaram os mecanismos televisivos e radiofônicos para pregarem seus princípios de fé e persuasão. Angariando espaços em uma linguagem agressiva e ostensiva – beneficiada por fortes imagens, de caráter apocalíptico –, a Igreja Pentecostal passa a discursar em torno das articulações de demônio e de um forte código de conduta moral. Verdadeiras cenas de exorcismo e descarrego são manipuladas, a fim de persuadir o fiel da relevância da fé e da boa conduta. Claramente, a utilização midiática pela Igreja recorre à fortes recursos, alcançando imagens, símbolos, gestos, articulações corporais, linguagens, de forma a colocar o fiel na condição de telespectador de um evento, um show de purificação e salvação da alma. Soergue a forte tendência a que o dom da palavra (pregação) conceda possibilidades de emergência e conflagração do espetáculo das imagens. Os cultos ficam reduzidos e encerrados enquanto que a vivência da imagem reflete a tendência midiática da Igreja. A fé desvela-se como a vivência de um espetáculo, marcado por efeitos múltiplos – comoção, alegria, ódio, e entrega. Salienta-se que tal expressão midiática gera a economia de espaço/tempo do

culto, rompendo com a pregação e a palavra – quando do vínculo do telespectador à exposição de imagens e seu conteúdo apelativo.

A tendência midiática da Igreja desloca-se do universo pentecostal para a Igreja Católica. Conduzida pela forte tendência da fé em se apropriar de expressões midiáticas, a Igreja Católica vê-se na iminência de preservação e proteção de seus fiéis. Nesta confluência, mecanismos midiáticos são assumidos e instrumentalizados pela Instituição, colocando o ideal da pregação e da palavra na perspectiva dos meios de comunicação de massa. A transmissão das missas e dos cultos seguem a lógica da mídia, desencumbindo o telespectador de sua presença física e locomoção. Mais uma vez, reproduz-se a condição de uma cultura contemporânea em apoloia à economia tempo/espaço/presença. O contexto midiático da religião desencadeia e aguça a reprodução de ídolos/imagem/figuras marcantes. A televisão e seus instrumentos de controle e convencimento capacitam-se a recriar o ideal do herói/ídolo, a conceder a redenção do fiel. Os ídolos reconstruídos são adorados e amados pelo telespectador, transportando uma imagem de comoção, persuasão e poder. Há claro apelo para a idolatria do herói religioso – acenando para as possibilidades da música, da encenação e do carisma. Os produtos – das reconstruídos – tornam-se passíveis de comercialização, recrudescendo a referências ao mercado e ao capital. Há que reconsiderar a gama de cd's, lp's, fitas, dvd's à disposição para o consumidor católico, o qual se dispõe à possibilidade da escolha e da oferta, em conformidade a sua capacidade de consumo e aquisição de bens.

O ideal do mercado e da igreja midiática revela-se na esteira dos meios de comunicação de massa. Ou seja, não há mais como se atentar para a relevância dos rituais, da interação entre a comunidade e seu sacerdote, do cotidiano mais significativo das missas e cultos. A igreja eletrônica – reconstruída no contexto dos meios de comunicação de massa – perde-se em imagens efusivas e instigantes, em ações rápidas e gloriosas, em encenação de atores – a prender a atenção de um público passivo e atônito. Toda a expressão da televisão em condição de templo, soerguendo uma economia de tempo, quando da não necessidade de locomoção. O fiel constituir-se-á como o adorado telespectador – a estar contemplado por imagens alucinantes e sedutoras (uma bela pintura, um belo cenário, uma linda gesticulação e colocação de corpo, um palco organizado etc). a tomada de imagens contagiantes

absorve a atenção do telespectador, o que lhe tira a responsabilidade de uma postura reflexiva e de interação severa com os rituais cotidianos das religiões. Toda a palavra e dom da pregação ficaram disponíveis ao fiel, enredado pelo carisma, pela persuasão e pelo impacto epidídico da fé.

A proliferação de programas religiosos na TV e no rádio, iniciada já há algumas décadas, evidencia uma disputa cada vez maior pelos espaços midiáticos entre as igrejas. Ampliar a voz do evangelho pela radiodifusão é, antes de tudo, uma estratégia missionária, com a finalidade de arrebanhar novos fiéis.¹⁵

¹⁵ KLEIN, Alberto. *Imagens de culto e imagens da mídia: interferências midiáticas no cenário religioso*. Porto Alegre, Sulina, 2006, p. 143.

NOTAS FINAIS

¹ Cf. GILBERT, Paul. *O dom*. In. *Síntese*, Revista de Filosofia, volume 30, número 97, maio/agosto de 2003. pp. 160.

² MARION, Jean-Luc. The reason of the Gift. In. LEASK, Ian e CASSIDY Eoin. *Givenness and God: questions of Jean-Luc Marion*. New York, Perspectives in Continental Philosophy, 2005. p. 102.

³ GIRARD, René. *A violência e o sagrado*. 2ª ed. São Paulo, Paz e Terra, 1990. Nessa obra Girard analisa a dinâmica de desencadeamento do desejo mimético como processo originário da experiência religiosa e do próprio desenvolvimento da civilização.

⁴ O tema do dom cerimonial é trabalhado na obra de Marcel Mauss. Neste ponto, Marcel Hénaff, na obra *Lê prix de la vérité: lê don, l'argent, la philosophie*, desenvolve um interessante capítulo intitulado *Lê don cérémoniel comme problème: la leçon de Mauss*. Cf. HÉNAFF, Marcel. *Lê prix de la vérité: lê don, l'argent, la philosophie*. Paris, Seuil, 2002. pp157 -173.

⁵ Cf. MARION, Jean-Luc. The reason of the Gift. In. LEASK, Ian e CASSIDY Eoin. *Givenness and God: questions of Jean-Luc Marion*. New York, Perspectives in Continental Philosophy, 2005. p. 101.

⁶ Ibidem. p. 101.

⁷ Ibidem. p. 102.

⁸ Cf. Cf. MARION, Jean-Luc. The reason of the Gift. In. LEASK, Ian e CASSIDY Eoin. *Givenness and God: questions of Jean-Luc Marion*. New York, Perspectives in Continental Philosophy, 2005. p. 104.

⁹ Ibidem. p. 103.

¹⁰ Os temas da Graça, como ação divina, e da gratuidade, a compor as relações humanas, são abordados na obra PRETTO, Hermilo E. *Em busca de vida nova: vida religiosa como exigência cristã*. São Paulo, Paulinas, 1997.

¹¹ Cf. PRETTO, Hermilo E. *Em busca de vida nova: vida religiosa como exigência cristã*. São Paulo, Paulinas, 1997. p. 5.

¹² SÊNECA. *As relações humanas: a amizade, os livros, a filosofia, o sábio e a atitude perante a morte*. São Paulo, Landy, 2002. pp. 45-52.

¹³ MARION, Jean-Luc. *Esquisse d'un concept phénoménologique du don*. In. *Archivio di filosofia*, anno 62, 1994, pp. 75-94.

¹⁴ LIBANIO, João Batista. *Cenários da Igreja*. 3º ed. São Paulo, Loyola, 2001, p. 54.

REFÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASSIDY Eoin. *Givenness and God: questions of Jean-Luc Marion*. New York, Perspectives in Continental Philosophy, 2005.

GILBERT, Paul. *O dom*. In. *Síntese*, Revista de Filosofia, volume 30, número 97, maio/agosto de 2003.

GIRARD, René. *A violência e o sagrado*. 2ª ed. São Paulo, Paz e Terra, 1990.

HÉNAFF, Marcel. *Lê prix de la vérité: lê don, l'argent, la philosophie*. Paris, Seuil, 2002.

KLEIN, Alberto. *Imagens de culto e imagens da mídia: interferências midiáticas no cenário religioso*. Porto Alegre, Sulina, 2006.

LIBANIO, João Batista. *Cenários da Igreja*. 3º ed. São Paulo, Loyola, 2001.

MARION, Jean-Luc. *Esquisse d'un concept phénoménologique du don*. In. *Archivio di filosofia*, anno 62, 1994, pp. 75-94.

PRETTO, Hermilo E. *Em busca de vida nova: vida religiosa como exigência cristã*. São Paulo, Paulinas, 1997.

SÊNECA. *As relações humanas: a amizade, os livros, a filosofia, o sábio e a atitude perante a morte*. São Paulo, Landy, 2002.