

Dos livros às revistas: o tema religião nas perspectivas da midiaticização

Jairo Ferreira
Potiguara Mendes da Silveira Júnior

Nos últimos anos, várias revistas acadêmicas vêm se dedicando ao tema dos processos midiáticos e da religiosidade. Em 2015, o dossiê *Tic&Société* intitulado *Les religions au temps du numérique*¹; neste ano, a *Revue française des sciences de l'information et de la communication* prepara um dossiê sobre religião e mídias; o mesmo está sendo feito pelo *Journal for Communication Studies* (Montpellier). Esse deslocamento da produção bibliográfica – de livros para as revistas acadêmicas da área da comunicação, com dossiês – indica um processo de reconhecimento dos temas, objetos, conceitos e reflexividade propostos nesses estudos de interface entre o midiático e as formas religiosas. Esta edição da Revista **Questões Transversais**, ao lançar seu primeiro dossiê com pesquisas em Midiaticização e Processos Sociais, se insere nesta interface e neste tema.

O dossiê começa com artigo de **Mihaela-Alexandra Tudor** e **Agnes Milian Herteliu** (Montpellier, França), no qual os autores analisam a experiência do programa/canal *Jesus Market*, descrito como “uma plataforma orientada transmidiática, que propõe a prática de uma religião desencantada de tradições, rituais e pesos doutrinários” – situada no âmbito de uma Igreja Adventista do Sétimo Dia. Num jogo conceitual que transita entre mediaticização e medialização, o artigo comunica resultados da pesquisa empírica, tensionando os usos da plataforma pelos seguidores-participantes, e perspectivas/olhares sobre a experiência conforme posições de religiosos das igrejas institucionalizadas, marcadas pelas práticas do templo presencial. Buscam, nas inferências, compreender como a igreja on-line se configura como referência religiosa de novo tipo.

Essa experiência do JM tem analogias com a analisada por **Catiane Rocha Passos de Souza** e **Rita de Cássia Aragão Matos**, da UFBA. As pesquisadoras trazem uma pesquisa sobre a Assembleia de Deus, porém acompanhando o percurso desde o jornal até a televisão, passando pelo rádio. Em suas conclusões, afirmam: “O declínio no crescimento da Assembleia de Deus a partir da década de

50, as cisões no seio da própria igreja e a proliferação de dissidentes não são frutos de divergências teológicas, mas são questões midiáticas”.

O artigo de **Bernardino Frutuoso** e **Rita Figueiras** (Universidade Católica Portuguesa) desenvolve um refinado trabalho conceitual em torno do conceito de mediaticização, como referência de análise da transmissão televisiva da saída de Bento XVI do Vaticano em 2013. Operando também com as tensões entre lógicas dos meios e lógicas das instituições, a proposta inova conceitualmente a auto-mediaticização, concebida como combinação de “elementos da lógica dos media com a da Igreja Católica, permitindo-lhe satisfazer um conjunto de objetivos em conformidade com a lógica interna da instituição”. O conceito é acionado metodologicamente pelo que designam como análise visual-semiótica.

O quarto artigo, de **Márcia Grillo** (Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal), também traz uma investigação a partir de um conjunto de questões direcionadas às relações entre as lógicas do campo religioso e do campo jornalístico, tomando-se como referência central a noticiabilidade dos jornais impressos. Aqui, a mediaticização parece ser entendida como relações entre as duas lógicas (dos meios e das instituições), considerando-se, em especial, o desconhecimento, pelo campo jornalístico, das especificidades do campo religioso, quando se abordam temas, agendas e acontecimentos relacionados.

Óscar Augusto Elizalde Prada e **Antônio Carlos Hohlfeldt** (PUCRS), em seu artigo, apresentam as referências teórico-metodológicas visando à análise de sites religiosos. O primeiro movimento é a articulação do conceito “sociedade do espetáculo” com as redes digitais; o segundo propõe relações entre a fé e o poder midiático. A partir dessas relações, a pesquisa pretende comparar a experiência religiosa comunicada digitalmente na América Latina, em especial no Brasil e na Colômbia, numa perspectiva crítica.

O artigo de **Ana Cássia Flores da Rosa** e **Sandra Rubia da Silva** (UFESM) – “Midiaticização da religião como experiência vivida” – apresenta uma pesquisa sobre o

¹ <https://ticsociete.revues.org/1820>

Blog “O Catequista” (400 mil seguidores), em que leigos desenvolvem a experiência religiosa (católica) em redes. A pesquisa está referenciada nas discussões da midiatização conforme linhagens do “norte” e do “sul”, com seção especial sobre a interface midiatização e religião. As autoras trazem também uma reflexão sobre a etnografia como metodologia de pesquisa, em especial nas redes. Empiricamente, analisam fragmentos da pesquisa em curso, descrevendo o objeto e realizando inferências pontuais.

Luiz Signates e **João Damásio** (UFG) desenvolvem um referencial teórico em torno dos conceitos de sistema, ambiente e símbolo para a compreensão de duas experiências religiosas muito singulares. Uma, a da cidade de

Palmelo (GO), que se autodeclara um município espírita (e assim foi fundada: a “única cidade no mundo que surgiu e se emancipou em torno de um centro espírita, o Centro Espírita Luz da Verdade, fundado em 1929”); outra, a igreja “Church in Connection” (“O termo dúbio da ‘igreja em conexão’ revela tanto a conexão com Deus quanto aquela dos dispositivos técnico-informacionais”). As duas experiências são analisadas, numa pesquisa em curso, na perspectiva comunicacional.

O número finaliza com a resenha crítica de **Francisco Rüdiger** sobre o livro *Campo aberto: para a crítica da Epistemologia da Comunicação*, de Cesar Bolaño.

Boa leitura.