



BELLOTTI, Karina Kosicki; CUNHA, Magali do Nascimento (Orgs.). **Mídia, Religião e Cultura: percepções e tendências em perspectiva global**, 1. ed. Curitiba: Prismas, 2016, 452p.

Patrícia Garcia Costa*

O livro *Mídia, Religião e Cultura: percepções e tendências em perspectiva global* foi organizado por duas grandes pesquisadoras na área da comunicação, Prof^a. Dr^a. Magali do Nascimento Cunha¹ e Prof^a. Dr^a. Karina Kosicki Bellotti.²

A elaboração do livro contou com a contribuição de quinze artigos escritos por especialistas e estudiosos do tema, sendo onze autores nacionais e quatro internacionais. A obra possui um total de 450 páginas, que se dividem em Introdução, Parte I, Parte II e Parte III, sendo que cada parte, metodologicamente dividida, traz artigos que direcionam o leitor ao objeto de pesquisa de seu interesse, bem como, mostra como a religião tem usufruído dos meios de comunicação e adquirido novas configurações. A junção do tema da religião, comunicação e mídia nas diferentes áreas do conhecimento trouxe a diversidade necessária para que o leitor amplie ainda mais os seus estudos.

Na Parte I, o mote é sobre as novas elucidações em mídia, religião e cultura. Três pesquisadores foram os responsáveis por discutir as dinâmicas do campo religioso. O artigo que abre a discussão é de autoria do Prof. Dr. Stewart M. Hoover,³ com o título: *Mídia e Religião: premissas e implicações para os campos acadêmicos e midiático*. O professor

* Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Mídia, Religião e Cultura (MIRE), da UMESp. E-mail: patriciagarcia_30@hotmail.com

¹ Doutora em Ciências da Comunicação, docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídia, Religião e Cultura (MIRE).

² Doutora em História pela UNICAMP e professora do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Paraná.

³ Doutor em Comunicação, fundador e diretor do Centro de Mídia, Religião e Cultura, da Universidade de Colorado em Boulder, nos Estados Unidos. Professor de Estudos de Mídia da Escola de Jornalismo e Comunicação de Massa na mesma universidade.



nos explica o quanto a integração entre religião e mídia se apresenta como um grande desafio para a forma como temos pensado a ética nas mídias, uma vez que as mídias não somente cobrem notícias acerca de religião, mas nos ajudam a dar forma à religião contemporânea. Um ponto essencial da sua pesquisa revela que os estudos sobre mídia têm dado especial atenção à religião, porque hoje as sociedades estão se secularizando de maneira significativa e, apesar disso, a religião persiste, ou seja, a religião tornou-se mais importante, não menos, de modo que mídia e religião assumiram papéis equiparados. Como mostra o professor em seu texto, *há uma nova cultura da mídia religiosa ou uma nova cultura religiosa midiaticizada* que deve ser estudada e pesquisada, para que todos entendam as realidades da vida contemporânea em processo de mutação.

Dando continuidade às considerações do professor Hoover, nos deparamos com o texto da Professora Magali Cunha, produtora de muito conteúdo nos estudos de religião, mídia e política, que atua também como coordenadora e responsável pelo Grupo de Pesquisa Mídia, Religião e Cultura (MIRE). Nesse livro, a professora escreve sobre *Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais* trazendo o entendimento de que se deve pensar para além dos meios, considerar as mediações, a comunicação na cultura, no seu processo de fazer e ser. Faz uma exposição de como foi a evolução das mediações na comunicação religiosa e não religiosa, expõe o surgimento das igrejas midiáticas, o mercado das mídias, a religião como espetáculo, até chegar à religião digital. O que se assimila com essa leitura é que esse processo dá forma à midiaticização do cristianismo no Brasil e mostra um diferente modo de se comunicar, a partir das mídias.

Fechando essa primeira parte do estudo, o professor Jorge Miklos⁴ escreve sobre *O sagrado nas redes virtuais: a experiência religiosa na era das conexões – entre o midiático e o religioso*, e ele começa explicando que não é mais possível estudar comunicação no Brasil sem levar em conta o lugar da religião, bem como, *não é mais possível estudar religião*

⁴ Doutor em Comunicação e Semiótica. Docente e pesquisador da Universidade Paulista (UNIP). Integrante do grupo de pesquisa MIRE.



sem levar em conta os processos comunicacionais que com ela interagem. Isto posto, seu texto desenvolve um pensamento crítico acerca do contexto religioso e comunicacional contemporâneo, em que se constata um deslocamento das práticas religiosas tradicionais para o ciberespaço.

Na Parte II do livro, os artigos tratam do catolicismo, protestantismo e mídia. Essa divisão conta com a pesquisa de seis estudiosos do tema. São eles: Karina Kosicki Bellotti: *Pensando Positivo – uma história cultural do gênero de aconselhamento e autoajuda nos Estados Unidos e no Brasil (1930-1960)*; Rosalind I.J.Hackett: *Satélites que destroem demônios: sobre como a liberalização da mídia na África tem gerado intolerância religiosa e conflito*; Helmut Renders: *Linguagens visuais da religião do coração e narrativas religiosas dominantes: discursos alinhados, emancipados e descolados*; Paula Salles: *Mecanismos de Comunicação dos Protestantismos no Brasil e as metáforas da Liberdade*; Leandro Ortunes: *O neoconservadorismo evangélico no Brasil: mobilização e representações na mídia*; e Luiz Henrique Marques *Marketing católico como reflexo do processo de midiatização da religião*.

Vale ressaltar nessa segunda parte da obra o texto da pesquisadora Karina Bellotti, doutora em História Cultural pela UNICAMP, ela coloca as seguintes indagações para se refletir: Que tipo de história os livros de autoajuda podem nos contar? Como trabalhar este universo tão vasto de livros como objetos históricos? O que eles nos dizem sobre o presente e o tempo passado. A discussão levantada segue na linha da historicidade das ideias relacionada à literatura de autoajuda religiosa, em especial de matriz protestante e pentecostal, tendo como base conceituações da História Cultural aplicada ao campo religioso contemporâneo.

O artigo de Rosalind Hackett é um texto publicado originalmente em inglês no ano de 2012 e foi traduzido pela Dr^a. Magali Cunha especialmente para fazer parte dessa lista de referências. Pontuaram-se as situações que envolvem conflitos e situações da paz relacionadas à religião e mídia.

Helmut Renders dedica seu texto à cultura visual religiosa como linguagens ou formas de comunicação, partindo da premissa que as religiões, além de criarem hoje novas configurações a partir da maciça presença dos meios de comunicação em nossa vida cotidiana, já par-



ticiparam ativamente na construção visual e comunicacional do Brasil Colônia no século XVI. O texto vai tratar do processo de criação de símbolos pela comunicação religiosa que se tornaram marcas culturais e temas relidos nas esculturas, pinturas, gravuras e espaços.

Paula Salles é membro do Centro de Estudos e Dança e professora do curso de Dança e Teatro da (FPA), escreve um texto leve, relatando experiências pessoais e trazendo inquietações, convida o leitor a pensar sobre a linguagem e a sua capacidade de nos trazer à compreensão a formação cognitiva do corpo. Discute a teoria Corpomídia que entende o corpo como algo inacabado, inconcluso, em contínua formação como a própria natureza humana. A linguagem da dança como metáfora da liberdade é pensada dentro da religião protestante.

Leandro Ortunes nos ajuda a entender os termos conservadorismo, neofundamentalismo e neoconservadorismo e faz uma leitura muito clara sobre os antigos e os novos medos que permeiam a sociedade, tendo como cenário o campo político religioso brasileiro.

Luis Henrique Marques mostra como a história da Igreja Católica foi revelando, ao longo dos tempos, sua prática comunicacional, que vem da relação interpessoal da Igreja Primitiva até o uso de modernos meios de comunicação e suas tecnologias avançadas. Essa passagem demonstra as diferentes concepções e práticas políticas no uso da comunicação, entendendo que a midiaticização da religião implica mudança na lógica da relação entre religião e mídia.

Guardadas as especificidades de cada pesquisa e de cada pesquisador que a produziu, os textos se relacionam pela mesma temática e esclarecem o poder da religião na comunicação em seus mais variados aspectos de linguagens e sentidos.

A Parte III, que finaliza a leitura, contou com mais seis artigos que seguiram a linha da *Tradições, identidades coletivas e as culturas das mídias*. Com a colaboração de Lynn Schofield Clark e seu artigo *Religião duplamente deslocada: explorando o papel da mídia nas compreensões religiosas entre jovens “seculares”*; Renata Castro Cardias Kawaguchi: *As festas como processos comunicacionais: identidade e religiosidade popular nas comunidades quilombolas*; Nabil Echchaibi: *Islã, Mediação e Tecnologia*; Ricardo Oliveira de Freitas: *Web Terreiros, orixás on-line*:



considerações acerca do candomblé na Internet; Alexandra Gonsalves: A vitimização feminina na mídia: um olhar para as análises da Associação Mundial de Comunicação Cristã (WACC) nos anos de 2010 e 2015; e para terminar Sara Cristina de Souza: Os Muçulmanos em nosso meio: Christianity Today Magazine e o Islã durante a Revolução Iraniana de 1979.

Lynn Clark é uma das autoras internacionais convidadas para fazer parte da preparação desta obra. Seu artigo, já tendo sido publicado em inglês, foi traduzido por Karina Bellotti com a permissão da autora e da editora. Esta pesquisa abre com perguntas que fazem parte da reflexão do texto: como os jovens aprendem acerca do que ocorre quando morremos? O que eles pensam quando são perguntados a respeito de suas crenças religiosas ou espirituais? O texto investiga como a mídia popular de entretenimento, como filmes e programas de televisão, fornece uma fonte desse tipo de recurso cultural para o entretenimento dos jovens sobre religião e espiritualidade.

Renata Cardias escreveu a sua tese de doutorado investigando as manifestações religiosas da cultura e as formações das identidades no Brasil e, neste artigo, ela nos apresenta uma parte deste estudo discutindo as festas enquanto processos comunicacionais presentes nas comunidades quilombolas do Vale do Ribeira. Com base nos Estudos Culturais, conceitua-se a folkcomunicação, sendo possível explicar o que está presente nas mediações culturais existentes nas festas religiosas e populares dessas comunidades.

Nabil Echchaibi, especialista nos estudos de islamismo, mídia e cultura, é mais um autor que autorizou a tradução e a publicação de sua pesquisa na compilação dessa obra. Em seu texto, ele discute a figura notória de Amr Khaled como um fenômeno midiático e religioso nos países muçulmanos. A sua imagem está associada a alguém que transforma a abstração da Escritura em ação social prática. Por esse motivo, ele é tanto amado como odiado, e a sua postura fez nascer um novo gênero de programa televisivo chamado *entretenimento islâmico*. Sua pregação altamente mediada tem imitações tanto na televisão quanto na internet, e esse formato tem redefinido as práticas de comunicação religiosa e reelaborado o entendimento de seus seguidores sobre crença religiosa e sua experiência de pertença religiosa.



Saindo do islamismo e entrando no campo dos orixás, especificamente do candomblé na internet, Ricardo Oliveira vai tratar o modo que o uso da rede mundial de computadores, a internet, serve como recurso para fomentar modos de sociabilidade entre integrantes de terreiros, além de funcionar como importante instrumento para dinamizar as formas da vida religiosa afro-brasileira, tanto em termos de preservação de rituais e liturgia como em termos de inovação.

Partindo agora para a representação da mulher na mídia, Alexandra Gonzalez fala de um assunto que é milenar, ou seja, a vitimização da mulher. Para isso, ela utiliza o Projeto Global de Monitoração da Mídia, um dos maiores e mais antigos projetos de investigação da representação de gênero nas notícias, considerado uma referência na investigação nesse segmento que contribui para a conscientização sobre o papel dos gêneros na mídia, permitindo mapear as áreas em que a vitimização feminina é maior. A pesquisa mostra que a visibilidade das mulheres nas notícias tendeu mais à banalização do que a um conteúdo de peso: elas se mostraram importantes para a notícia devido ao seu papel biológico (serem mães) ou por sua vitimização, mas revela também que, com o esforço da Associação Mundial de Comunicação Cristã (WACC), a realidade de mudança pode se tornar uma realidade mais palpável a ser discutida entre as políticas públicas de comunicação de cada país, oferecendo alternativas para o combate à vitimização nos meios de comunicação, em particular, e na sociedade, como um objetivo final.

E para concluir, Sara Cristina de Souza traz o tema dos muçulmanos e reflete sobre o desenvolvimento da revolução iraniana por meio da cobertura dada pela imprensa dos Estados Unidos desde seus momentos iniciais, entre 1978 e 1979, até o fim da chamada crise dos reféns, no início de 1981, utilizando como estudo de caso a imprensa cristã do período, a revista *Christianity Today*.

Diante desse conjunto de pesquisas, centrado em trabalhos de grande pertinência para o campo da comunicação, o fundamento dos textos tem base em mídia e religião, sendo que os temas foram das mais variadas ordens, uma vez que muito se fala que esses dois pontos não confluem, mas temos presenciado diariamente que essa relação está cada vez mais conectada. Por isso, este estudo pode ajudar estudantes



e pesquisadores a entender esse fenômeno da pós-modernidade. O que se observou prontamente foi que a dinâmica de mídia + religião ganhou uma nova apresentação a partir da introdução da religião nos programas de entretenimento, que não são necessariamente religiosos. Na leitura dos artigos, vê-se claramente como ocorre esse fenômeno e como ele pode ser pensado a partir dos novos meios de comunicação.

Vale ressaltar que houve, por parte das organizadoras, uma preocupação em trazer para a discussão artigos que abordassem as novas demandas nessa relação que envolve o sagrado e o profano, bem como, trazer para o debate a dimensão do pluralismo religioso brasileiro.

Submetida em: 3-11-2017

Aceita em: 30-11-2017