



## *EDITORIAL*

O fenômeno religioso adquire novas configurações a partir da maior circulação da mídia na vida diária dos sujeitos e também no âmbito das instituições religiosas. Assim, a mídia torna-se um espaço de reelaboração de símbolos e discursos religiosos, seja por parte das instituições religiosas, seja por parte dos fiéis, simpatizantes e até opositores das mais variadas crenças religiosas.

Este campo de pesquisa foi iniciado nos Estados Unidos no final dos anos 1970, a fim de compreender o tele-evangelismo e suas conexões culturais e políticas. E desde então tem se ampliado por todo o mundo a fim de abarcar análise das mais diferentes relações entre os meios de comunicação e as experiências religiosas institucionais, coletivas e individuais.

Atualmente, este campo agrega pesquisas sobre religião e mídia nas mais diferentes áreas de conhecimento, que se ocupam a analisar as suas mais diversas temáticas: o uso dos meios de comunicação (impressos, audiovisuais, imagéticos, digitais, musicais) por parte de instituições religiosas para reforçar sua comunicação e instrução interna, para realizar propaganda, evangelização, proselitismo, e/ou para se inserir em amplos debates na esfera pública; a utilização de símbolos, imaginários e discursos religiosos por parte da chamada mídia “secular” para fins de instrução, entretenimento e informação; e os usos que os mais variados agentes religiosos (lideranças e fiéis) realizam dos meios de comunicação, religiosos e/ou seculares, tanto para estreitar laços com sua tradição religiosa, ou até para questioná-la ou reelaborá-la, quanto para atacar outras tradições ou até mesmo estabelecer diálogo interreligioso.

Neste dossiê, são apresentados cinco artigos escritos por pesquisadoras de áreas que vão da comunicação, passando pela teologia e pela história. Demonstram algumas das possibilidades de pesquisa desenvolvidos recentemente no Brasil, abordando temas da história presente, com enfoque para o campo evangélico em sua multiplicidade. Em crescimento desde os anos 1990, este segmento religioso tem se utilizado de meios de comunicação muito antes deste período de maior visibilidade, e garante sua presença na

esfera pública e privada nos dias atuais a partir de sua inserção na mídia, seja na tradicional (rádio/TV/imprensa) como nas modernas mídias digitais.

O artigo de uma das pioneiras deste campo no nosso país, a Profa. Dra. Magali do Nascimento Cunha (Umesp), comunicóloga e teóloga, é intitulado “A interseção mídia religiosa e mercado e a ressignificação de signos bíblicos pelos evangélicos” aborda a aplicação, por igrejas evangélicas brasileiras, de signos do Antigo Testamento bíblico tais como a menção de imagens em canções, como as de Sião, trono, Senhor dos Exércitos, Santo dos Santos, entre outros; a nomeação de "levitas" como as pessoas encarregadas da liderança musical nas igrejas; o uso de instrumentos de som judaicos ("shofar") ou a decoração de altares com a estrela de Davi e candelabros; o destaque ao Rei Davi como modelo a ser seguido; e até a prática de estabelecimentos de "votos" (promessas) que implicam assumir comportamentos atribuídos a personagens do Antigo Testamento, como os "gaditas". Este é um fenômeno em ascensão e um olhar atento sobre ele aponta para um atrelamento deste desenvolvimento à estreita relação entre mídia religiosa e ideologia do mercado.

Já o artigo de Marina Fazani Manduchi (Mestranda em História-UEL), intitulado “O 'Jejum de Daniel': a desintoxicação visual da Igreja Universal do Reino de Deus sob um olhar foucaultiano, insere-se no campo da história cultural, e aborda, à luz de Michel Foucault, a construção das subjetividades dos fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus. A autora explora uma de suas campanhas, denominada “Jejum de Daniel”, que se refere ao Daniel bíblico, que jejuou por 21 dias se sacrificando em nome de Deus. A IURD assim propõe aos fiéis da Igreja que jejuem por 21 dias, mas o sacrifício proposto não é alimentício e sim, midiático, ou seja, a abstinência de qualquer tipo de mídia, um tipo de desintoxicação audiovisual, com o objetivo de ser batizado com o Espírito Santo. Os meios midiáticos da Igreja Universal dedicam-se ao Jejum, disponibilizando orientações e prescrições aos fiéis. Além das orientações, o que chama atenção são os resultados, amplamente divulgados por meio de testemunhos dos fiéis. São esses discursos, o institucional e do fiel, que pretendo abordar com base em conceitos do filósofo francês: discurso, poder e em especial, as técnicas de si, explorado nos seus últimos cursos no *Collège de France*.

Dois trabalhos exploram a mídia televisiva evangélica a partir do instrumental da Análise do Discurso – o trabalho de Patrícia Garcia Costa, mestre em Comunicação

Social pela Umesp, e o artigo de Maralice Maschio, doutoranda em História pela UFPR.

O texto de Patrícia Costa intitula-se “Representação do feminino na mídia pentecostal: uma análise de discurso do quadro Abrindo o Coração”, e analisa o quadro Abrindo o Coração, um dos destaques dentro do programa Show da Fé, veiculado pela Rede Internacional de Televisão (RIT), apresentado pelo líder religioso, Missionário R.R. Soares, da Igreja Internacional da Graça de Deus. Trata-se de uma análise da mídia pentecostal com o objetivo de verificar a representação da mulher transmitida por este grupo religioso. O trabalho busca mostrar que o discurso religioso midiático interfere de maneira muito pontual nas relações de dominação entre os sexos e constitui um corpo de análise fundamental para os estudos de gênero.

Já o artigo de Maralice Maschio, “Redefinições religiosas das Igrejas dos roqueiros e dos surfistas em Curitiba-PR (1990-2010), problematiza concepções e práticas de lideranças e membresia das igrejas evangélicas Gólgota e Bola de Neve, cujas experiências individuais e coletivas contrastam com tentativas de construção e representação de identidades coesas. Destaca-se o alargamento do cenário evangélico nos últimos anos, através do uso intensivo das mídias, da reatualização dos rituais, da forte presença da juventude e do aumento da individualidade da religiosidade. Por intermédio de uma entrevista televisiva observa-se, no campo da Análise do Discurso, como igrejas alternativas têm atuado no cenário evangélico pentecostal, redefinido a religiosidade contemporânea, reinterpretado e relativizado doutrinas e costumes.

Por fim, o artigo da historiadora Karina Kosicki Bellotti (UFPR), intitulado “Surfando das ondas do Senhor: Juventude evangélica e mídia no Brasil (2000-2010), continua na linha dos estudos sobre juventude abordados no artigo anterior, e explora as relações entre juventude evangélica na sua diversidade e os variados usos da mídia, que compreendem diferentes estratégias direcionadas à juventude evangélica no Brasil. No texto são analisadas tanto iniciativas articuladas por igrejas com o intento de atrair jovens para seus templos, quanto ações de grupos juvenis em organizações paraeclesiais e mocidades ligadas a igrejas, dentro do recorte temporal dos anos 2000 a 2010. Quais as relações que os jovens evangélicos têm mantido com suas instituições religiosas? Os usos da mídia, em especial as mídias digitais, têm interferido nas atividades destes jovens dentro e fora de suas igrejas? Observa-se que, em alguns casos, os jovens evangélicos encontraram na mídia um canal de expressão que nem

sempre lhes é conferido no interior de suas igrejas, principalmente nas mais tradicionais. Contudo, ao mesmo tempo, existem igrejas que investem nas novas tecnologias de comunicação a fim de atrair e manter a juventude como seus membros ativos. Utilizamos como arcabouço teórico a História Cultural e os Estudos Culturais, para abordar as relações entre religião, mídia, cultura e identidade.

Com estes artigos inéditos, este dossiê busca oferecer uma contribuição para a ampliação e divulgação do campo dos estudos de religião, mídia e cultura, fomentando seu espírito interdisciplinar.

***Karina Kosicki Bellotti*** – UFPR  
pelo Conselho Editorial