



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Pesquisas em mídia e religião: um levantamento bibliográfico da produção discente dos pós-graduandos em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos (2006-2017)¹

Media and religion researches: a bibliographical survey of graduate student's production in communication from Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos (2006-2017)

Francieli Jordão Fantoni²

Evelin Haslinger³

Palavras-chave: mídia e religião; midiatização da religião; estudos em religião; pesquisa bibliográfica; Unisinos.

A religião é um fenômeno e prática social de implicações profundas no indivíduo, sociedade e instituições. Sendo uma instituição social, ela atua na moralização e programação da conduta do indivíduo, a partir da autoridade legitimadora da própria igreja e de seus agentes autorizados, como destaca Bourdieu (1999). A manutenção da ordem política e social passa pela instituição religiosa, que está

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Comunicação Midiática pelo POSCOM, jornalista formada pelo Centro Universitário Franciscano (Unifra) e Produtora Editorial formada pela UFSM. frannjf@gmail.com

³ Mestranda em Ciências da Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (UNISINOS). Pós-Graduada em Educação Popular e Movimentos Sociais pelo Instituto de Desenvolvimento Social Brava Gente e Faculdades Alternativas de Santo Augusto (FAISA). Graduada em Pedagogia pelo Centro Universitário Metodista (IPA).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ambientada em um espaço público midiático com distintas relações sociais – desencontros, tensões, encontros.

Tais afetações tornaram-se mais evidentes com a profusão do ambiente digital e o processo de mediação da sociedade (FAUSTO NETO, 2008). A mediação, como destaca Antonio Fausto Neto (2008), configura-se enquanto uma mediação específica, ou seja, na qual ocorre o atravessamento de lógicas da mídia sobre as interações humanas. É um processo no qual a sociedade, em grau cada vez maior, torna-se dependente da lógica da mídia, complementando Stig Hjarvard (2012).

Este “novo modo de ser no mundo” (GOMES, 2016, p. 17) proporcionado pela mediação favoreceu o despertar de interesse de pesquisadores da Comunicação sobre as relações entre mídia e religião, nos anos 2000. Destaca-se que em 1960 os campos da Antropologia, Sociologia, Psicologia e Linguística já vinham discutindo a temática, segundo Luis Mauro Sá Martino (2017).

Assim, historicamente, as pesquisas podem ser divididas em três fases, para Martino (2017): A primeira fase, ainda em 1960, retratava a interseção entre mídia e religião prioritariamente pelo olhar sociológico, sendo os meios de comunicação um elemento secundário da investigação. A segunda fase se aproxima mais da Comunicação através de abordagens sobre comunicação eclesial (comunicação religiosa), em 1980. A última etapa se consolida em 1990, com a ampliação da temática na área da Comunicação.

Contudo, devido ao processo latente de mediação – com a expansão do digital, nos anos 2000 – o campo da Religião ganha autonomia e começa a ser estudada enquanto um fenômeno de manifestação e apropriação midiática. Neste contexto, Stewart Hoover (2008) comenta que a religião está ressurgindo como uma força global, regional e nacional, graças à apreensão da lógica midiática, contrariando a perspectiva secularizante.

Percebe-se, assim, que a mediação teve papel fundamental para a ampliação dos estudos em mídia e religião, por parte do campo Comunicacional. Destaca-se nesta



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

perspectiva o crescimento das igrejas da “terceira onda pentecostal” (MARIANO, 2003), as Neopentecostais, que já nasceram em um ambiente midiático, bem como a reestruturação da Igreja Católica em relação ao uso dos meios de comunicação.

Moises Sbardelotto (2011) salienta que em uma sociedade em mediação, o religioso precisa ser explicado levando-se em conta o papel das mídias. Ou seja, na atualidade, a religião constrói e gera sentidos através da mediação tecnológica oriunda dos meios de comunicação. Segundo o autor (2011, p.5), a religião passa a existir nessa nova cultura, “tentando, aos poucos, remodelar suas estruturas para as novas processualidades midiáticas, reconstruindo e ressignificando práticas religiosas tradicionais de acordo com os protocolos da internet”.

Compreende-se, desta forma, que a religião na sua forma mediada – considerando o conceito de mediação de Fausto Neto (2008) – se manifesta através de distintos meios de comunicação. Como objeto de estudo da comunicação, a religião está em relação e interação com a mídia, seja ela internet, TV, rádio ou impresso.

As mídias tornam-se protagonistas no processo de interação e circulação do campo religioso, segundo Viviane Borelli (2010). Elas vão além de ser empregadas como uma ferramenta, na visão funcionalista, mas são os meios através dos quais a religião encontra a ligação entre a comunidade e a instituição. Tal poder simbólico é conferido ao campo da religião, por meio de representações, por exemplo, em shows de líderes midiáticos na televisão.

Desta forma, os meios de comunicação, enquanto um sistema profano, vêm modificando o conceito de sagrado para o religioso. Como lembra Pedro Ribeiro de Oliveira (1998), ainda há uma defesa de identidade por parte da instituição religiosa e por isso a desconfiança de uma possível contaminação do religioso, mas ao mesmo tempo, há uma busca por contribuições advindas da modernidade, que proporcionam diálogos e críticas mútuas.

Com essa breve introdução aponta-se a recente trajetória de pesquisa sobre mídia e religião, no campo Comunicacional, bem como a importância da mediação



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

enquanto ampliador das experiências religiosas (SBARDELOTTO, 2011). Tais possibilidades interativas proporcionadas pelo processo de midiatização e ambiência digital modificaram a forma como o indivíduo se conecta com a fé.

Assim, a partir deste breve cenário, o trabalho propõe-se a realizar um levantamento bibliográfico sobre mídia e religião, oriundo de pesquisas de pós-graduandos em Comunicação da Unisinos, durante os anos de 2006 até 2017. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, que tem por objetivo contribuir com dados qualitativos (STRAUSS, 1987) sobre pesquisas na área.

Em uma pesquisa qualitativa, segundo Anselm Strauss (1987), a análise precisa superar a descrição dos eventos, pois os fenômenos sociais são complexos e, por este fato, requerem maior aprofundamento. Desta forma, o estudo qualitativo irá analisar os dados coletados em profundidade, a partir do objetivo e olhar do pesquisador, considerando as questões situacionais, experienciais e contextuais do objeto.

Já a pesquisa bibliográfica é a primeira etapa de qualquer trabalho científico. Nesta investigação, se realizará um levantamento de pesquisas discentes que versam sobre mídia e religião, dentro do contexto da comunicação e em específico do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos. Segundo Ida Regina Stumpf (2012) o objetivo da pesquisa bibliográfica é identificar, selecionar, fichar e analisar documentos para posterior utilização no trabalho acadêmico, aprofundando seus conhecimentos.

Assim, o trabalho buscou estabelecer um período para o levantamento bibliográfico, que vai do ano de 2006 ao de 2017. Tal recorte justifica-se por ser em 2006 o primeiro registro de pesquisa discente sobre mídia e religião e 2017 o ano da última. A busca foi procedida utilizando-se o repositório digital da Biblioteca da Unisinos (www.unisinos.br/biblioteca), por meio das seguintes palavras-chaves: mídia e religião; midiatização e religião.

Encontrou-se 15 pesquisas (entre teses e dissertações) relacionadas ao tema mídia e religião, sendo nove delas nível mestrado e seis de doutorado, de um total de 81 pesquisas sobre midiatização e de um total de 55 pesquisas desenvolvidas na linha de



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

pesquisa mediatização e processos sociais. O levantamento mostrou que todas as pesquisas coletadas neste trabalho estavam inseridas na linha de pesquisa mediatização e processos sociais.

Através de uma primeira leitura dos resumos dos trabalhos selecionados, com enfoque na temática mídia e religião, realizou-se a leitura sistemática das pesquisas na íntegra, de forma a identificar alguns dados, como: titulação dos autores, objetos de estudo, temáticas pesquisadas e abordagens metodológicas utilizadas.

Em uma análise preliminar identificou-se que entre os estudos de doutoramento, a mídia que mais aparece é a televisão, com três trabalhos. Já os estudos de mestrado, as mídias que mais se destacam são o jornal impresso, com três trabalhos e as redes sociais, com três obras.

Sobre as denominações religiosas, a religião cristã católica é a mais decorrente. Das seis pesquisas de doutorado, quatro obras versam sobre a religião católica, seguido da religião protestante (Igreja Metodista Presbiteriana do Brasil e Igreja Evangélica de Confissão Luterana do Brasil) com um trabalho e do Neopentecostalismo, com a Igreja Universal do Reino de Deus, com uma obra.

No mestrado, destacam-se também trabalhos voltados a religião cristã católica. Das nove pesquisas, quatro se voltam ao estudo da religião católica, duas sobre o Neopentecostalismo, com a Igreja Universal do Reino de Deus, uma obra com o protestantismo da Igreja Evangélica de Confissão Luterana do Brasil e, por último, um trabalho sobre cultura evangélica, no geral.

Com relação às metodologias empregadas nos trabalhos, observa-se que há uma predileção por estudos qualitativos, em detrimento dos quantitativos ou a interseção de ambos. Nos estudos de doutoramento, priorizou-se estudos de casos, análise de lógicas de produção e circulação e método investigativo abdução. Nos estudos de mestrado, observou-se também estudos de casos, além de imersão nos empíricos e análise bibliográfica.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

A partir dos dados preliminares, percebe-se que as pesquisas em mídia e religião são recentes e em menor número, quando comparada a demais temáticas das linhas de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos. Observou-se a concentração do tema na linha de mídia e processos sociais, salientando-se assim a relação que existe entre religião e mídia na atualidade, reafirmando a posição de Sbardelotto (2011). Ou seja, para se pensar religião é preciso considerar a sociedade midiática, seus processos e práticas.

Também se observou uma inclinação aos estudos da religião católica, em relação a outras denominações, demonstrando uma preocupação discente em entender como o catolicismo vem trabalhando com a relação entre mídia e doutrinação/fé, já que diferentemente do Neopentecostalismo, a religião católica necessitou uma maior adaptação ao processo de mídia da sociedade. A mídia é um processo ainda temido por muitas instituições tradicionais, que a veem como uma perda da tradição, e não a partir de uma remodelação.

Outro destaque da pesquisa são as “mídias de massa”, como televisão e impresso, dominando a predileção dos pós-graduandos. A crescente aparição e manifestação da religião nestes espaços se traduz nas pesquisas realizadas. A abordagem metodológica mais decorrente em ambos estágios acadêmicos é o estudo de caso. Com o estudo de caso o discente consegue obter uma visão holística, histórica e contextual do objeto.

Salienta-se que esta pesquisa se encontra em andamento e o resumo apresenta dados parciais do levantamento bibliográfico. Os dados, na íntegra, bem como expansão da investigação, serão apresentados na forma de um artigo completo. Por fim, este trabalho visa apresentar um panorama das pesquisas em mídia e religião e desta forma auxiliar futuros trabalhos na área.

Referências bibliográficas



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

BORELLI, Viviane. **Mídia e religião**: Entre o mundo da fé e o do fiel. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma “analítica” da mediatização. **Revista Matrizes**. São Paulo: ECA/USP, ano 1, nº 1, 2008, pp. 89-105. Disponível em: <http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf>. Acesso em: 09/01/2018.

GOMES, Pedro Gilberto. Mediatização: um conceito, múltiplas vozes. **Revista Famecos**: Mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016.

HOOVER, Stewart. **Media and religion**. Paper of the Center for Media, Religion and Culture. University of Colorado at Boulder, USA, 2008.

HJARVARD, Stig. Mediatização: Teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Revista Matrizes**. V.5, n.2, 2012.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Mídia, religião e sociedade: **Das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2017.

SBARDELOTTO, Moisés. E o verbo se fez bit: Uma análise da experiência religiosa na Internet. **Cadernos IHU (UNISINOS)**, v. 35, p. 1-54, 2011.

OLIVEIRA, Pedro Ribeiro de. Estudos de religião no Brasil: um dilema entre academia e instituições religiosas. In: SOUZA, Beatriz Muniz de; GOUVEIA, Eliane Hojaij; JARDILINO, José Rubens Lima (orgs.). **Sociologia da religião no Brasil**. São Paulo: PUC/SP, UMEP, 1998.

STRAUSS, Anselm. **Qualitative analysis for social scientists**. USA: Cambrigde, 1987.

STUMPF, Ida Regina. **Pesquisa Bibliográfica**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2012.