



## Religiocom e o campo de estudos em comunicação e religiões no Brasil

Allan Macedo de Novaes<sup>1</sup> 

Lindolfo Alexandre de Souza<sup>2</sup> 

No segundo semestre de 2018, durante o intervalo de um dos seminários de nome Eixos temáticos em comunicação e religiões, evento organizado para a concepção do que viria a ser o Dicionário brasileiro de comunicação & religiões, um grupo de pesquisadores desenhava outra gênese. À época, discutia-se sobre a necessidade de dar continuidade ao Eclesiocom, sigla para Colóquio Brasileiro de Comunicação Eclesial que, posteriormente, seria denominada Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial.

O evento, criado a partir da Cátedra Unesco/metodista de comunicação para o desenvolvimento regional e idealizado pelo professor José Marques de Melo, surgia para a comunidade acadêmica em 2006 e, anualmente, reunia pesquisadores dos estudos de comunicação e religiões, em palestras e apresentações de comunicações, até se despedir em 2017.

Esse grupo de pesquisadores, composto por Allan Novaes, Rodrigo Follis e Lindolfo Alexandre de Souza, lamentava a ausência daquele que foi o único evento regular do campo de comunicação e religiões no Brasil. Havia uma clara necessidade de um sucessor “espiritual” para a Eclesiocom, que desse continuidade ao desenvolvimento do campo e que marcasse o encontro e o intercâmbio entre pesquisadores de teologia, ciência da religião, comunicação, história e ciências sociais, entre outras áreas, que se dedicavam ao estudo da intersecção comunicação-religiões.

Como professores que representavam duas instituições com lastro em estudos da área e que já tinham sido anfitriãs para as duas últimas edições da Eclesiocom (2016 e 2017), a Pontifícia Universidade Católica (PUC) de Campinas e o Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp), pareceu natural que uma aliança entre esses centros de ensino fizesse ressurgir o evento em que se concentravam pesquisas que propunham o diálogo entre os estudos de religião e os estudos de comunicação/mídia. Nada mais legítimo, também, que a primeira edição do evento nascesse em um dos espaços da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), mais precisamente, onde se reunia, de maneira periódica, o grupo de pesquisa de comunicação e religiões da Dra. Magali Cunha. Assim, nasceu o Congresso Internacional de Comunicação e Religiões (Religiocom), parceria entre os cursos de comunicação social do Unasp e os programas de pós-graduação em ciências da religião e em linguagens, mídia e arte da PUC-Campinas.

O nome Religiocom refletia, explicitamente, ao menos dois avanços epistemológicos do campo. Primeiramente, evidenciava a transição de uma perspectiva mais restrita da comuni-

1 Doutor em Ciências da Religião pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP); Bacharel em Jornalismo e Teologia pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP).  
E-mail: [allan.novaes@adventistas.org](mailto:allan.novaes@adventistas.org)

2 Doutorando em Ciências e Religião, Mestre em Ciência da Religião, Práxis Religiosa e Sociedade pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP); Bacharel em Ciências Religiosas, Comunicação Social e Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas).  
E-mail: [lindolfo@puc-campinas.edu.br](mailto:lindolfo@puc-campinas.edu.br)

**Como citar:** NOVAES, A. M. de.; SOUZA, L. A. de. Religiocom e o campo de estudos em comunicação e religiões no Brasil. **Convergências**, Engenheiro Coelho, São Paulo, v. 1, n. 1, p. e1529, 2021. DOI: 10.19141/2764-8435.convergencias.v1.n1.pe1529.



cação eclesial para uma abordagem mais ampla do diálogo entre a comunicação e as religiões. Quando o projeto da Eclesiocom foi elaborado pelo professor Marques de Melo, que havia realizado e orientado diversas pesquisas sobre a relação entre comunicação e religião desde a década de 1970, o tema ganhava importância, principalmente, na Igreja Católica Apostólica Romana e no protestantismo histórico (MIKLOS; CUNHA, 2015). Por isso, falava-se em comunicação eclesial (comunicação da igreja ou para a igreja) sob uma perspectiva instrumentalista da comunicação. Como exemplo dessa realidade, vale ressaltar que Marques de Melo (1981) definia a trajetória do catolicismo em sua relação com os media em três fases: censura e repressão (de Inocêncio VIII ao século 19); aceitação desconfiada (de Leão XIII ao Decreto Inter mirifica); e deslumbramento ingênuo (da *Communio et Progressio* a *Medellín*) e avaliação crítica (*Puebla*). A essa classificação/periodização, Joana Puntel (2011, p. 236) acrescentou uma quarta fase, na qual a igreja católica não apenas se prepararia tecnicamente, a fim de saber operacionalizar as novas tecnologias midiáticas, mas, principalmente, com o objetivo de considerar a comunicação como “elemento articulador da sociedade”, superando o paradigma do uso funcionalista da mídia.

Em segundo lugar, o novo nome estabeleceu uma relação de respeito à diversidade ao optar pelo plural “religiões” em vez de “religião”. Dessa forma, abarcam-se diversas tradições religiosas para além do contexto judaico-cristão no ocidente. Além disso, também se direciona o olhar das religiões em seu diálogo com os fenômenos e processos comunicacionais, assim como faz o Dicionário brasileiro de comunicação & religiões, que se baseou em uma “definição sócio-histórica de religião”, “renunciando a definições léxicas, teológicas e filosóficas” (CUNHA; NOVAES, 2021, p. 19). O novo nome, definitivamente, lança um olhar sociológico-comunicacional sobre o que representa o fenômeno religioso em diversas culturas e campos sociais.

Logo, em paralelo ao surgimento do Religiocom, o presente dossiê da revista *Convergências* celebra o amadurecimento e a consolidação do campo de estudos em comunicação e religiões no Brasil. Esse foi um locus que se iniciou com as pesquisas pioneiras de José Marques de Melo, nos anos 1970 e 1980. Por volta de 1990, tornou-se uma área de investigação em expansão, acompanhando o boom evangélico no Brasil e a “guerra santa” entre Globo e Record, e que tem como um dos marcos a dissertação *Evangélicos e mídia no Brasil*, de Alexandre Brasil Fonseca, defendida em 1997 na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Essa expansão resultou na consolidação da intersecção comunicação-religiões como campo de estudos, a partir dos anos 2000 e 2010, que pode ser explicada por um conjunto de fatores: o estabelecimento e a influência de pesquisadores como Magali Cunha, Jorge Miklos e Luis Mauro Sá Martino, em diversos programas de pós-graduação em comunicação no país; o aumento do volume e a profusão de dissertações e teses defendidas na temática; a presença em forma de grupo temático nos congressos da Intercom; e o surgimento de um evento acadêmico específico, a já mencionada Eclesiocom.

Diante disso, o dossiê “Comunicação e religiões” é um retrato do avanço dessas discussões epistemológicas que orbitaram na construção desse campo de estudos no país. Ao mesmo tempo, o dossiê também se configura como espaço do Religiocom, à medida em que traz uma seleção de artigos, originalmente expostos, em forma de palestras plenárias ou comunicações nos grupos temáticos do evento. Os trabalhos escolhidos foram apresentados na primeira edição do evento, ocorrido em junho de 2021, na PUC de Campinas.

São sete textos no dossiê. O primeiro, de autoria de João Damásio Neto e intitulado *Entre urbe e identidade religiosa: circulação dos símbolos de uma “cidade espírita”*, traz importantes discussões e descobertas sobre identidade cultural, modernidade e ambientes de comunicação a partir da presença do espiritismo na cidade goiana de Palmelo. No segundo texto, *Vinho novo em odres velhos: a mudança no tom doutrinário da Igreja Pentecostal*

Deus é Amor, Deivison Brito Nogueira propõe, mediante uma análise de discurso de linha francesa, um estudo das postagens em redes sociais de Davi Miranda Neto, descendente do fundador da igreja Deus é Amor. Já Papa Francisco reza “sozinho”: transformações dos processos sociais na pandemia, escrito por Tatiane Milani, se apoia no episódio do dia 27 de março de 2020, dia em que, por conta da pandemia de Covid-19, pela primeira vez da história da igreja católica, um papa rezou sozinho diante da praça de São Pedro, no Vaticano, para discutir as relações, cada vez mais umbilicais, entre campo social religioso e midiaticização.

Em Caminhos da pesquisa em comunicação e religiões: percursos trilhados e trajetos emergentes, Magali Cunha defende o lugar do fenômeno religioso para se compreender as relações sociais e os processos comunicacionais, ao apresentar elementos do estado da arte do campo comunicação-religiões. As mediações culturais da rádio gospel Hora no cotidiano de jovens ouvintes de Campo Grande – MS é o título do quinto texto, escrito a quatro mãos, por Fládima Rodrigues Christofari e Daniela Cristiane Ota. Apoiando-se no quarto mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero, o artigo analisa as formas de consumo de uma rádio evangélica no centro-oeste do Brasil para discutir questões como identidade religiosa no embate cultura “secular” versus cultura gospel. Em Narrativas de vida de empreendedores e cultura da inspiração: a face comunicacional do capitalismo como religião, de Vander Casaque, articula-se conceitos teórico-metodológicos como os da cultura da inspiração, cultura empreendedora e tipologia weberiana para descrever e analisar a dimensão comunicacional do capitalismo como religião. Por fim, a adesão de grupos evangélicos ao movimento antivax e o discurso midiático-religioso do pastor Silas Malafaia é objeto de análise por parte de Réia Sílvia Gonçalves Pereira no artigo “Não sejam cristãos frouxos”: ethos heroico e nacional no discurso de Silas Malafaia nas redes sociais durante a pandemia de Covid-19.

Como se vê, os textos compõem um quadro multifacetado de contribuições acadêmicas, levando-se em conta uma representação plural de matrizes e tradições religiosas e a diversidade de conceitos, abordagens, métodos e técnicas empregados. Por esse motivo, a primeira edição da revista Convergências traz em seu dossiê um recorte atual, consistente, representativo e polifônico dos estudos em comunicação e religiões no Brasil.

## Referências bibliográficas

CUNHA, M.; NOVAES, A.. “Introdução”. In: CUNHA, M.; NOVAES, A. (orgs.). **Dicionário Brasileiro de Comunicação & Religiões**. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2021.

MARQUES DE MELO, J. Igreja e Comunicação. In: SOARES, I. O.; PUNTEL, J. T. (orgs.). **Comunicação, Igreja e Estado na América Latina**. São Paulo: UCBC-Paulinas, 1985.

MIKLOS, J.; CUNHA, M. Um intercâmbio instigante. **Anuário Unesco/Methodista de Comunicação Regional**, v. 19, n. 19, p. 1-3, 2015.

PUNTEL, J. A igreja a caminho na comunicação. **Teocomunicação**, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, 2011. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/teo/article/view/9755> Acesso em: 08 set. 2022.