



## **Interfaces entre Comunicação e Religião: as especificidades das diferentes mídias ao abordar a temática religiosa <sup>1</sup>**

### **Componentes da mesa:**

- José J. Queiroz - coordenador da mesa temática - professor titular do Programa de Pós-graduação em Ciências da Religião da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e líder do grupo de pesquisas Pós-Religare – Pós-Modernidade e Religião, certificado pelo CNPq, vinculado à PUC/SP;
- Angela Maria Lucas Quintiliano - socióloga, mestranda em Ciências da Religião na PUC/SP e pesquisadora do grupo Pós-Religare, vinculado à PUC/SP;
- Helvânia Ferreira Aguiar - jornalista, mestre em Ciências da Religião pela PUC/SP e pesquisadora do grupo Pós-Religare;
- Nadia Garcia Basso - publicitária, mestranda em Ciências da Religião na PUC/SP e pesquisadora do grupo Pós-Religare.<sup>2</sup>

### **Resumo:**

É cada vez mais significativo o espaço reservado à temática religiosa na mídia, seja ela representada por veículos institucionais-confessionais ou generalistas e laicos. Essa ampliação não se dá ao acaso, mas é fruto de um cenário denominado por muitos estudiosos de revanche do sagrado, um fenômeno tido como típico da condição pós-moderna, a despeito das controvérsias geradas pelo conceito. Uma nova faceta dos fenômenos religiosos se impõe no Brasil e, como pesquisadores, não podemos negligenciá-la: a utilização em larga escala dos meios de comunicação. O uso ostensivo da mídia, atualmente, configura-se como condição fundamental para a existência, manutenção e expansão de atividades ligadas às mais diversas denominações religiosas.

---

<sup>1</sup> Mesa apresentada no Multicom – II Colóquios Multitemáticos em Comunicação

<sup>2</sup> José J. Queiroz: Doutor em Direito pela Pontifícia Universidade Internacional S<sup>o</sup> Tomás de Aquino de Roma (Itália); mestre em Filosofia e Teologia pela Faculdade S<sup>o</sup> Tomás de Aquino de Bolonha (Itália); graduado em Filosofia e Teologia pela Faculdade S<sup>o</sup> Tomás de Aquino e em Direito pela Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo. É professor doutor da Associação Educacional Nove de Julho e professor titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da PUC/SP, onde coordena o grupo de pesquisas Pós-Religare. [queiroz@pucsp.br](mailto:queiroz@pucsp.br).

Angela Maria Lucas Quintiliano: graduada em Ciências Sociais pela PUC/SP; com especializações em Licenciatura Plena em Ciências Sociais pela PUC/SP, em Pedagogia Licenciatura Plena - Hab. em Adm. Escolar pelo Centro Universitário Nove de Julho, e em Globalização e Cultura pela Fund. Escola de Sociologia e Política de São Paulo. É professora do Colégio Brás Leme, mestranda em Ciências da Religião da PUC/SP e pesquisadora do grupo Pós-Religare. Atua nos seguintes temas: socialização, religiosidade, mídia, pós-modernidade e adolescência. [angelamariaq@bol.com.br](mailto:angelamariaq@bol.com.br).

Helvânia Ferreira Aguiar: possui graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo - pela Universidade Católica de Pelotas/RS (1994) e mestrado em Ciências da Religião pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2006). Tem experiência profissional nas áreas de jornalismo diário impresso e eletrônico, incluindo-se aí internet e telejornalismo. Atua nos seguintes temas: Ciências da Religião; pós-modernidade; Sociedade do Espetáculo; linguagem jornalística e religião; mídia, cinema e fenômeno religioso. É pesquisadora do grupo Pós-Religare. [helvania@uol.com.br](mailto:helvania@uol.com.br).

Nadia Garcia Basso: graduada em Comunicação Social pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (1981); mestranda em Ciências da Religião na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Atualmente é professora titular da Universidade Anhembi Morumbi e professora titular da Sociedade Educacional das Américas. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em projetos editoriais e culturais. É pesquisadora do grupo Pós-Religare. [nadia@anhembi.br](mailto:nadia@anhembi.br).



**Palavras-chave:** religião; sagrado; mídia; jornalismo ; pós-modernidade.

### **Proposta da Mesa**

O grupo de pesquisa Pós-Religare<sup>3</sup>, apesar de vinculado ao Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências da Religião da PUC/SP, é um grupo interinstitucional, cuja principal linha de pesquisa reside nas relações entre religião e linguagem à luz do que denominamos pós-modernidade. O conceito é, todavia, polêmico e divide o pensamento de importantes autores como Bauman, Giddens, Vattimo, Baudrillard, entre outros. O debate sobre a condição pós-moderna teve seu marco inicial no ambiente acadêmico internacional a partir da obra de Jean-François Lyotard, *A condição pós-moderna*, publicada no fim da década de 70.

Ao debruçar-se sobre a questão da linguagem em confluência com a religião, dentro da condição pós-moderna, o grupo de pesquisas abriu-se necessariamente para a investigação de um campo da sociedade onde, hoje, a religião e os muitos aspectos a ela inter-relacionados se fazem cada vez mais presentes: os meios de comunicação. Podemos antever aí múltiplas possibilidades de interface. Uma delas nos vem da contextualização da mídia dentro da sociedade pós-moderna, um dos pilares da pesquisa desenvolvida pelo grupo. O filósofo italiano Gianni Vattimo nos fornece importante subsídio para reflexão nesta área, ao definir a pós-modernidade por uma característica, para ele, preponderante sobre as demais: a presença massiva da mídia na vida social.

Fala-se hoje muito de pós-modernidade; ou melhor, fala-se tanto dela que já se tornou quase obrigatório manter as distâncias em relação a este conceito, considerá-lo uma moda passageira, declará-lo mais uma vez um conceito “ultrapassado” (...) Pois bem, eu considero, pelo contrário, que o termo pós-

---

<sup>3</sup> De 2004 a 2006, o Pós-Religare promoveu discussões e aprofundamento dos temas "Deus no discurso filosófico pós-moderno" e "A Religião nas fronteiras da linguagem" em atividades programadas frequentadas por alunos e professores da PUC/SP e de outras instituições. Essas temáticas têm fomentado dissertações e teses no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da PUC/SP; bem como trabalhos de iniciação científica na mesma instituição. Em maio de 2005, na Faculdade Salesiana Dom Bosco, em Piracicaba, o grupo integrou a mesa redonda "A contribuição das religiões para a construção de uma cultura da tolerância, do diálogo e da paz", com o tema "O diálogo inter-religioso na condição pós-moderna". Em agosto de 2006, o grupo ministrou aulas sobre Pós-Modernidade e Religião no curso de pós-graduação em Pedagogia Espírita, na Universidade Santa Cecília, em Santos. Em outubro de 2006, participou do II Ciclo de Diálogos Jurídico-Culturais da Faculdade Politécnica de Campinas, com a conferência "Ética na Pós-modernidade". Ainda no ano passado, organizou o número 2/2006 da Revista Eletrônica *Rever*, que abordou o tema: "Modernidade, Pós-Modernidade e Religião: debates, desafios e perspectivas" A edição foi publicada em agosto e, até 15 de novembro de 2006, já registrava mais de 6 mil acessos. Em maio de 2007, o grupo de pesquisas Pós-Religare organizou o simpósio temático "Pós-Modernidade e Religião: a virada lingüística, os limites e as possibilidades da linguagem no campo religioso", dentro da programação do I Encontro do GT Nacional de História das Religiões e Religiosidades/ANPUH, promovido pela Universidade Estadual de Maringá, no Paraná. O simpósio contou com a apresentação de 18 trabalhos, sendo que, destes, seis versavam sobre as convergências entre religião e comunicação, na mesa temática intitulada "Imagem, mídia e religião".



moderno tem um sentido; e que este sentido está ligado ao facto de a sociedade em que vivemos ser uma sociedade comunicação generalizada, a sociedade dos *mass media* (Vattimo, 1992, p.7).

Ao levarmos em conta a condição pós-moderna, temos aí também um de seus subprodutos, a sociedade do espetáculo, cujo conceito, desenvolvido pelo filósofo francês Guy Debord, diz-nos que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (Debord, 2005, p. 13).

O espetáculo, afirma Debord, não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens. É a construção do mundo como imagem. O espetáculo penetra a estrutura das mais diferentes instâncias da sociedade, incluindo-se aí a mídia (Cf. *ibid.*, p. 14). Em sua obra, *A sociedade do espetáculo*, o autor cita a informação e os meios de comunicação de massa como sendo “a manifestação superficial mais esmagadora” do espetáculo (*Ibid*, p. 20).

Em tempos de revanche do sagrado (Cf. Queiroz, 1996, p. 14), em que a religião alavanca a venda de livros e os transforma em *best sellers*; a bilheteria de filmes, que se convertem em *blockbusters*; e serve de base para a proliferação de igrejas eletrônicas, o surgimento de expressões, já discutidas dentro do próprio Intercom (Cf. Cunha, 2002, p. 1), como *religiosidade midiática*, deixa evidente a relevância do debate acerca das relações entre meios de comunicação e religião na sociedade atual.

Uma nova dimensão dos fenômenos religiosos se impõe no Brasil e, como pesquisadores, não podemos negligenciá-la: a utilização em larga escala dos meios de comunicação. O uso ostensivo da mídia, atualmente, configura-se como condição fundamental para a existência, manutenção e expansão de atividades religiosas ligadas às mais diversas denominações. (Cf. Martino, 2003, p. 7)

A incidência do fenômeno religioso na mídia, sobretudo no que tange ao jornalismo, abre-nos ainda a possibilidade de análise por duas vertentes: uma voltada para mídia religiosa institucional-confessional, representada, por exemplo, pelos programas televisivos das várias denominações religiosas ou por suas publicações - *Folha Universal*, *Família Cristã*, *Revista Espírita*, *Revista da Umbanda* etc; e outra, para a mídia generalista, laica, que oferece um sem-número de possibilidades. Revistas como *Superinteressante*, *Galileu*, *Veja*, *Isto é* e *Época* e um vasto elenco de canais a



cabos, dentre os quais, *Discovery Channel*, *History Channel*, *People & Arts*, *National Geographic* e *GNT*, apenas para citar alguns.

Enquanto na mídia generalista, a informação é um fim, na mídia religiosa institucional é um meio para veicular a visão de mundo, a doutrina da instituição. Martino vai além nas distinções:

Uma das principais características detectadas na análise da mídia religiosa é a correspondência entre a necessidade de expansão doutrinária e o número de ataques às instituições concorrentes. O crescimento do número de fiéis parece coincidir com essa estratégia concorrencial que tem por objetivo abalar a credibilidade da concorrência (Martino, 2003, p. 58).

É cada vez mais expressivo o espaço reservado à temática religiosa na mídia, seja ela confessional ou laica. Essa ampliação não se dá ao acaso, mas é fruto de um cenário denominado por Queiroz (1996, p.14) de “imensa constelação do sagrado”. Cenário esse que espelha os principais paradoxos e atributos da condição pós-moderna como velocidade, transitoriedade, descartabilidade e instabilidade.

(o sagrado) explode em todos os cantos da Terra, marcando a crise da racionalidade moderna. Tarô, I Ching, astrologia, mineralogia, Igreja da Cientologia, Hare Krishna, jogo de búzios, Santo Daime, ocultismo, culto do corpo, cristais, New Age, meditação, igreja eletrônica, novas seitas pentecostais, hinduísmo, novas religiões orientais, teosofismo (...) Na literatura (romances, livros e revistas especializadas), a religião é um dos temas mais consumidos. No cinema proliferam os filmes sobre espíritos, espectros, fantasmas, anjos e demônios, (...) feiras místicas de fins de semana atendem milhares de clientes, comercializam, de maneira rápida e com grande rotatividade, os produtos de inúmeras agências de um mundo cada vez mais encantado. (*Ibid.*, 1996, p. 14)

Se ampliarmos ainda o campo da mídia para além de veículos como televisão, rádio, jornais e revistas, temos também a internet e o cinema - como lembrou-nos Queiroz. Ambos com uma linguagem própria e cada vez mais permeada pelo fenômeno religioso, explícita ou implicitamente.

Não podemos esquecer que esse cruzamento entre o fenômeno religioso e o fenômeno midiático habita o campo de estudos das Ciências da Religião, cujo objetivo

“é fazer um inventário, o mais abrangente possível, de fatos reais do mundo religioso, um entendimento histórico do surgimento e desenvolvimento de



religiões particulares, uma identificação de seus contatos mútuos, e a investigação de sua inter-relações *com outras áreas*<sup>4</sup> (...) (Usarski, 2006, p. 126).

Tendo em vista os antecedentes teóricos brevemente resumidos até aqui, julgamos justificada a importância de uma mesa temática que trate do fenômeno religioso na mídia em diferentes instâncias. Razão pela qual nossa proposta de trabalho se estabelece sobre três veículos diferenciados - televisão, cinema e revista - e suas respectivas especificidades.

O primeiro destes trabalhos é proposto pelo coordenador da mesa, professor José J. Queiroz. O texto empreende uma breve análise sobre a cobertura dada pelas emissoras de televisão à visita do Papa Bento XVI ao Brasil, o maior evento midiático do catolicismo brasileiro na atualidade.

O segundo trabalho, da socióloga e pesquisadora Angela Maria Lucas Quintiliano, brinda-nos como uma reflexão sobre mídia cinematográfica e o imaginário religioso do adolescente, em um estudo de caso sobre o filme *Constantine*.

A terceira comunicação científica, da jornalista e mestre em Ciências da Religião Helvânia Ferreira Aguiar, traz uma breve análise sobre a abordagem da temática religiosa pela revista *Superinteressante*, propondo um cruzamento entre o olhar jornalístico e o olhar das Ciências da Religião sobre o objeto, considerando suas características de mídia laica e generalista.

O quarto e último trabalho, da publicitária e pesquisadora Nadia Garcia Basso, ao contrário do segundo, debruça-se sobre a mídia institucional religiosa, ao ater-se ao discurso dos programas televisivos da Igreja Universal do Reino de Deus.

Abaixo, seguem-se os resumos dos quatro trabalhos:

### **1. Pós-modernidade, religião, mídia e poder: breve análise dos aspectos midiáticos da visita do Papa Bento XVI ao Brasil**

**Resumo:** Partindo das premissas sobre *Massa e Poder* de Canetti (1995) e das posições de Luhmann (2005) sobre *A realidade dos meios de comunicação*, o trabalho lança um olhar sobre a visita do Papa Bento XVI ao Brasil, o maior evento midiático do catolicismo brasileiro na atualidade. Como pergunta central, indaga se a cobertura dada ao evento pela mídia, em especial a televisiva, contribuiu para fortalecer o poder do catolicismo no Brasil, reativando e firmando sua penetração na massa popular, ou se

---

<sup>4</sup> Grifo nosso.



preponderaram os aspectos de marketing e espetáculo característicos da pós-modernidade.

**Palavras-chave:** Bento XVI, massa popular católica, pós-modernidade, mídia, poder, espetáculo.

## **2. Mídia cinematográfica e o imaginário religioso do adolescente: *Constantine*, um estudo de caso.**

**Angela Maria Lucas Quintiliano**

**Resumo:** É inegável que no mundo contemporâneo a família e a escola dividem com os meios de comunicação de massa o processo de socialização das fases de vida iniciais (crianças e adolescentes) dos indivíduos. Entendendo a mídia cinematográfica, dentro de sua especificidade entre os meios de comunicação, como uma forma de linguagem própria da pós-modernidade, o que se pretende é perceber seu papel na construção do imaginário religioso dos adolescentes e, a partir disso, dos próprios referenciais de nossa época, iniciar um diálogo sobre os destinos relativos às suas experiências religiosas.

**Palavras-chave:** mídia cinematográfica; imaginário religioso; adolescentes; pós-modernidade.

## **3. Deuses *Superinteressantes*: um cruzamento entre o olhar jornalístico e o olhar das Ciências da Religião sobre a revista *Superinteressante***

**Helvânia Ferreira Aguiar**

**Resumo:** A finalidade deste trabalho é propor uma breve reflexão sobre a cobertura dada pela revista *Superinteressante* à temática religiosa. A partir da década de 90, a revista ampliou, de modo significativo, o espaço e a frequência dos temas religiosos em suas páginas. Para investigar o fenômeno, trabalhamos com duas linhas interpretativas: uma voltada para a análise de conteúdo por meio de referenciais teóricos multidisciplinares indicados pelas Ciências da Religião; e outra voltada para a análise de conteúdo balizada por referenciais advindos do Jornalismo. Na primeira tentou-se estabelecer características específicas do objeto de estudo e na segunda, seus aspectos gerais.

**Palavras-chave:** jornalismo; *Superinteressante*; religião; pós-modernidade; espetáculo.



#### **4. O sagrado, a ética e o simulacro no discurso televisivo da Igreja Universal do Reino de Deus.**

**Nadia Garcia Basso**

**Resumo:** A IURD – Igreja Universal do Reino de Deus - maior igreja neopentecostal do Brasil, é um fenômeno religioso e midiático que cresce e assusta. É relevante analisar os limites e as possibilidades do discurso religioso dos programas televisivos iurdianos no processo de conversão dos fiéis, na reconstrução do sagrado e de valores éticos e morais, neste mundo pós-moderno caracterizado como uma era dos simulacros.

**Palavras-chave:** sagrado; pós-modernidade; ética; mídia; simulacro.

#### **Referências<sup>5</sup>:**

ALVES, Rubem. *O que é religião?* 4ª ed. São Paulo: Loyola, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. *Tela Total*. Mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997.

\_\_\_\_\_. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado*. Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis: Vozes, 1997.

CANETTI, Elias. *Massa e Poder*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CROATTO, José Severino. *As Linguagens da Experiência Religiosa*. Uma introdução à fenomenologia da religião. 1ª ed. São Paulo: Paulinas, 2001.

CUNHA, Magali Nascimento. (2002) O conceito de Religiosidade Midiática como atualização do conceito de Igreja Eletrônica em tempos de cultura “gospel”. Trabalho apresentado no NP01 - Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA. 04 e 05 de setembro de 2002.

[http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18618/1/2002\\_NP1cunha.pdf](http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18618/1/2002_NP1cunha.pdf). Acesso em: 22 mai 2007.

DANIEL, Francisco Roberto. *Descobrendo o religioso no cinema*. Bauru: Edusc, 1999.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

ELIADE, Mircea. *O Sagrado e o Profano*. A essência das religiões. 1ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

\_\_\_\_\_. *Tratado da história das religiões*. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

---

<sup>5</sup> As obras listadas referem-se não somente ao corpo do texto da proposta, mas também aos trabalhos dos integrantes da mesa, aqui apresentados sob forma de resumos.





- GALINDO, Florêncio. *O fenômeno das seitas fundamentalistas*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- GÓES, Laércio Torres de. *O mito cristão no cinema: “o verbo se fez luz e se projetou entre nós”*. Salvador: EDUFBA, 2003.
- GOMES, Wilson et al. *Nem anjos nem demônios*. Interpretações sociológicas do pentecostalismo. Petrópolis: Vozes, 1996.
- JAMESON, Frederic. *Espaço e Imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.
- LEITE, Sidney Ferreira. *O cinema manipula a realidade?* São Paulo: Paulus, 2003.
- LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.
- LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. 2ª ed. Lisboa: Gradiva, 1989.
- MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo opinativo*. Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MARTELLI, Stefano. *A Religião na Sociedade Pós-Moderna*. São Paulo: Paulinas, 1995.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- MORAES, Denis de. (org.) *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- MORIN, Edgar. *O Cinema ou o Homem Imaginário*. Trad. de Antônio-Pedro Vasconcelos. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.
- PACHECO, Elza Dias (Org.). *Televisão, criança, imaginário e educação*. 4 ed. Campinas: Papyrus, 2004.
- PUNTEL, Joana T. *Cultura Midiática e Igreja: uma nova ambiência*. São Paulo: Paulinas, 2005.
- QUEIROZ, José J. Deus e crenças religiosas no discurso filosófico pós-moderno. Linguagem e religião. *Rever - Revista de Estudos da Religião*. nº 2, agosto 2006, p. 1-21, [www.pucsp/rever,2](http://www.pucsp/rever,2), 1-21, agosto,2006.
- \_\_\_\_\_. As religiões e o sagrado nas encruzilhadas da pós-modernidade. In: QUEIROZ, José J. (org.). *Interfaces do Sagrado em véspera de milênio*. São Paulo: Olho d'Água, 1996. p. 9-22.
- SARTORI, Giovanni. *Homo videns: televisão e pós-pensamento*. Trad. de Antonio Angonese. Bauru: Edusc, 2001.
- THOMPSON, John. *A Mídia e a Modernidade*. Petrópolis: Vozes, 2004.
- USARSKI, Frank. *Constituintes da Ciência da Religião*. Cinco ensaios em prol de uma disciplina autônoma. São Paulo: Paulinas, 2006.
- VATTIMO, Gianni. *A sociedade transparente*. Lisboa: Relógio d'Água, 1992.