



Revista católica: entre o campo Religioso e o Midiático¹

Aline Roes Dalmolin²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, RS

RESUMO

O objetivo deste trabalho está relacionado a trabalhar revistas católicas numa perspectiva de campo, problematizadas a partir do enfoque dos processos midiáticos e tendo como base a pesquisa que desenvolvemos no doutorado. A problemática tenta entender a especificidade da relação entre os principais campos envolvidos, o religioso e o midiático, na abordagem de temas conflitivos pelas revistas, que põem em evidência a disputa axiológica entre o moderno e o tradicional, o religioso e o secular.

PALAVRAS-CHAVE: campo social; revistas católicas; imprensa religiosa; processos midiáticos

Um ponto de partida: processos midiáticos e campo social

Uma possibilidade de focar os processos midiáticos é o de considerá-los numa perspectiva histórica³. Reconhecendo-os a partir do ponto de vista dos processos, das convergências e transformações sociais no decorrer da experiência moderna, evitamos certos automatismos como o de perceber a centralidade dos media na atualidade como mero sintoma do acelerado desenvolvimento tecnológico vivenciado desde o século XX, sobretudo no que tange aos meios de comunicação massivos. Como certos produtos midiáticos contemporâneos inspiram-se em processos comunicacionais muito mais antigos, para compreendermos as especificidades dos processos precisamos remontar muito além daquilo que os meios fazem hoje, principalmente quando adentramos no terreno do “tudo é novo” da internet.

Historiar os processos midiáticos significa adentrar numa trajetória de transformações cujos contornos nunca são muito nítidos, sem marcos divisores explicitamente

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, e-mail dalmoline@gmail.com

³ O presente artigo é uma versão do trabalho final apresentado à disciplina Processos Midiáticos, realizada na Unisinos no segundo semestre de 2009.



definidos. Não é possível situarmos uma data de início do jornalismo, por exemplo, mas podemos tentar compreender o surgimento deste situando-o no contexto da formação de uma esfera pública na Europa pós-Reforma (BRIGGS e BURKE, 2004), numa história de avanços e retrocessos de vários séculos até chegarmos ao formato moderno de jornal noticioso. Neste viés interpretativo, compreender a instituição do jornalismo na sociedade moderna, ou de qualquer outro componente do sistema midiático, não se resume a determinar qual foi o primeiro jornal publicado, como vemos em grande parte da bibliografia dedicada à história da comunicação. Em outras palavras, a imprensa não inicia com Gutenberg, mas na medida em que vão se impetrando na sociedade as condições que possibilitam sua existência.

A noção de dispositivo como matriz – lugar material de estruturação do espaço e do tempo – recoloca a questão da precedência do suporte sobre o texto enquanto caracterizada por uma relação dinâmica, que se alterna no curso da história (MOUILLAUD, 2002). Antes de haver um jornal da forma como concebemos hoje, existiam textos, que circulavam de forma mais ou menos periódica. Dispositivos e textos foram se modulando à medida em que se dão as condições necessárias para que se instaurasse o que hoje conhecemos como jornal moderno. A comunicação massiva, do mesmo modo, só irá crescer e prosperar com o declínio do analfabetismo e o desenvolvimento de competências de leitura pela população, a constituição de suportes técnicos como as redes de transportes, os avanços tecnológicos dos dispositivos midiáticos e, sobretudo, a instauração de uma cultura de consumo disseminada nas diferentes camadas sociais. A consolidação dos meios massivos está, portanto, intimamente relacionada ao advento da sociedade industrial.

Autores como Maldonado (2008) propõem que entre os séculos XIX e XX o campo dos media vai tomando uma posição de centralidade para as formações sociais contemporâneas. Já Lasch (2005) condiciona o amadurecimento dos meios ao surgimento e difusão das “máquinas de informação”, que tem início somente com o advento da televisão na primeira metade do século XX. Outros autores, como Adriano Rodrigues (2000: 203) percebem a consolidação dos media como um fenômeno ainda mais recente, que remonta aos anos 1980 com a cobertura total do globo por satélites de telecomunicação e o início da estruturação das redes de comunicação mediáticas.



As discrepâncias entre os autores nos parecem enfatizar a importância da técnica nesse contexto, pois fixar um ou outro momento histórico implica em reconhecer qual avanço tecnológico foi definitivo para chegarmos ao estado que nos encontramos hoje. Mais do que buscar essa definição, o fundamental é salientar a estruturação do processo, profundamente enraizado nos imbricamentos entre cultura e modernidade. Contudo, parece ser consenso dentre os autores a percepção da existência de uma realidade multifacetada, presente nas diversas concepções teóricas sobre as imbricações entre cultura e comunicação. Guardadas as diferenças conceituais entre cultura de massa (ORTIZ, 1998; MORIN, 1997), cultura de modernidade (WOLTON, 2004), cultura mediática (MATA, 1999) ou cultura da mídia (KELLNER, 2001; SILVERSTONE, 2002), estas permeiam profundamente as formas de vida na contemporaneidade.

A centralidade desta presença, possibilitada pelas revoluções tecnológicas, gera dimensões reformuladoras do mundo, que alteram e ao mesmo tempo são alteradas pelo impacto dos media, levando alguns autores a pensarem que essas novas modalidades de percepção venham a suscitar um novo regime de configuração espaço-temporal do mundo da vida, cada vez mais afetado pelos avanços tecnológicos (LASCH, 2005). A hipótese de que vivemos em uma sociedade em vias de midiatização (SODRÉ, 2006) ou marcada pelo constante processo de autonomização do campo dos media (RODRIGUES, 1997, 2000) é a premissa de alguns dos pesquisadores que procuram pensar a presença midiática na contemporaneidade, os quais, a partir de diferentes matrizes teóricas e conceituais, procuram dar cabo de uma problemática semelhante.

A teoria dos campos sociais oferece uma chave interpretativa para compreender o cenário das macro-relações, do processo de midiatização e do tensionamento deste face à experiência moderna. Um *campo* consiste na existência de um capital comum e na luta por sua apropriação (GARCÍA CANCLINI, 1986). Nas palavras de Rodrigues, trata-se de

uma instituição dotada de legitimidade indiscutível, publicamente reconhecida e respeitada pelo conjunto da sociedade, para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer uma hierarquia de valores, assim como um conjunto de regras adequadas ao respeito desses valores, num determinado domínio específico da experiência (RODRIGUES, 2000: 193).



A noção de campo incorpora as relações de força e poder nas dinâmicas sociais e na forma como os indivíduos e instituições se posicionam em sociedade. Pensar o campo midiático numa perspectiva bourdiana implica em compreender a forma como o próprio campo exerce seu poder simbólico através de sua *estrutura estruturante* no contexto social (BOURDIEU, 2008). Como já salientamos, o campo midiático assume posição de centralidade, pois distingue-se dentre os demais como o dotado de legitimidade e instrumentos para supervisionar a gestão dos dispositivos de mediação entre os campos sociais. Através de sua máquina discursiva, a mídia vai se tornando um campo cada vez mais autônomo, consagrando-se enquanto instância de notoriedade e visibilidade, mas que ao mesmo tempo irá refletir aspectos de outros campos (RODRIGUES, 1997: 42).

Campo religioso e campo midiático

Nesse sentido, pretendemos levantar algumas questões envolvendo o tensionamento entre campo religioso e campo midiático, tomando o discurso das revistas católicas no início dos anos 1980 como objeto privilegiado para a análise dessa relação, tendo em vista a importância que estes temas tem sido abordados tanto pela imprensa religiosa como pela mídia secular⁴. Por homologia ao pressuposto levantado por Rodrigues de que as relações entre campos se dão através da cooperação ou do conflito, partimos da premissa que, ao evidenciar o âmbito dessas congruências e antagonismos, podemos perceber como se dá a estruturação desse espaço de interseção entre os campos religioso e midiático que são as revistas católicas.

Um dos pontos fundamentais da investigação é compreender a estruturação dos campos midiático e religioso, a fim de compreender as revistas numa perspectiva de campo. Bourdieu (2008: 195) refere-se à imprensa católica como um empreendimento com dimensão religiosa, analisando-a sob o ponto de vista da *economia de oferenda*, como ele chama o tipo de transação que se estabelece entre Igreja e fiéis.

⁴ Essa perspectiva vem sendo trabalhada no âmbito de nossa pesquisa de doutorado, desenvolvida desde 2008 no PPGCOM Unisinos, intitulada *Valores modernos e tradicionais em revistas católicas brasileiras dos anos 1980: o discurso sobre família em Rainha e Família Cristã*.



Segundo o autor (BOURDIEU, 2008), o campo religioso estrutura-se a partir da existência de um grupo especializado na produção dos bens religiosos (o clero) e de um grupo que produz excedente econômico (os leigos) para sustentar esse grupo especializado que, em troca, produz o sustento espiritual. Essa objetivação do sistema religioso desvenda que a igreja é também uma empresa, e faz parte do caráter ambíguo da instituição negar permanentemente este fato, através de um mecanismo também estudado pelo sociólogo francês em sua investigação sobre a sociedade cabila: a troca de dádivas (BOURDIEU, 2008: 160). Assim, Bourdieu afirma que “a verdade da empresa religiosa é a de ter duas verdades: a verdade econômica e a verdade religiosa, que a recusa” (BOURDIEU, 2008: 154).

Dessa forma, estendendo essa compreensão às revistas, podemos dizer que elas “vendem” o discurso da Igreja, assim exercendo sua função religiosa. Há uma troca econômica, voltada a fidelizar o público-alvo e a multiplicar o número de leitores, na qual se vende informação e entretenimento, mas ela está voltada sobretudo a viabilizar a troca simbólica entre a Igreja e seus fiéis, voltada à finalidade última da religião que é “vender” a salvação a todos os que acessam suas páginas.

Por outro lado, elas também operam a partir de lógicas propriamente midiáticas. A noção de dispositivo, conforme Mouillaud (2002), nos ajuda a entender a inserção das revistas católicas no campo midiático, inscritas num formato reconhecido como tal, enquanto veículos de periodicidade mensal, voltadas a um público segmentado e caracterizada pela fusão entre entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos (SCALZO, 2004). As revistas católicas são dispositivos enquanto pertencentes a um lugar institucional demarcado, a Igreja Católica, e possuem uma estruturação específica num contexto espaço-tempo. Mas é sobretudo o entendimento de que o dispositivo não opera apenas como um “suporte”, mas como uma matriz, que irá impor uma estrutura e modelar os textos (MOUILLAUD, 2002:35), podemos argumentar que o fato dos textos, mesmo reproduzindo uma lógica estritamente relacionada ao campo religioso, ao adentrarem no dispositivo já encontram-se permeados pela lógica midiática, numa relação dinâmica de sentidos.



O campo midiático, por sua vez, aparece como aquele “*dotado de legitimidade para superintender a experiência da mediação*” (RODRIGUES, 2000: 200), que tem sua constituição estritamente relacionada com a experiência moderna. Sua principal função é a de regular o funcionamento dos demais campos, detendo legitimidade para “criar, impor, manter, sancionar e estabelecer hierarquia de valores”, num sistema de sanções que opera através da publicidade (RODRIGUES, 2000: 202). O campo midiático tem sua natureza fundada na discursividade, ou seja, o dizer supera o fazer. Diferentemente do campo religioso, que possui uma legitimidade própria, sua legitimidade depende dos demais campos, ao exercer para estes a função de mediação, constituindo sua natureza especular (RODRIGUES, 1997,2000).

Mas a principal diferença que podemos assinalar entre campo religioso e midiático refere-se à natureza da simbólica. Para o primeiro, ela possui caráter esotérico e sua simbólica está restrita ao corpo social dos iniciados. Os automatismos inscritos no *habitus* dos clérigos, conforme assinala Bourdieu (2003:190), pode ser citado como um exemplo desse caráter, como o maneirismo de chamar a todos de “irmãos” (tratamento dirigido com frequência aos leitores das revistas católicas). O campo dos media, por sua íntima relação com a modernidade e a relação vicária que estabelece com os demais campos, tem organização menos formal, mais instável, regida pelo processo de dessacralização de sua simbólica. Uma marca dessa relação no discurso seria a impessoalidade textual do jornalismo, presente sobretudo no uso da terceira pessoa gramatical, que estrutura o mito da objetividade.

Os temas-tabus: campos em movimento

Os temas-tabus são um exemplo claro do confronto no qual os valores da experiência moderna põem à prova a ingerência do campo religioso sob a estruturação tradicional. Segundo Rodrigues (1997), os campos interagem sob a égide da cooperação ou do conflito. Este último se dá quando dois ou mais campos disputam no sentido de impor sua própria ordem axiológica na mesma esfera de experiência, sobretudo quando ocorre um processo de autonomização de uma esfera até então subordinada estritamente a um dos campos em questão (1997, p. 150).



O campo midiático, por sua natureza especular, irá intensificar e acelerar o processo de disputa entre os campos envolvidos. Ao mesmo tempo, ele é o responsável por suscitar o debate sobre questões que nenhum dos demais campos sociais possui legitimidade absoluta sobre elas, chamadas pelo autor de "novas questões" (sexismo, drogas, aborto, etc.) (RODRIGUES, 2000, p. 200). Daí se fundamenta nossa dupla preocupação com os valores-tabus: além de evidenciar o conflito entre campos, visível no tensionamento entre a experiência moderna e a tradicional, eles trazem em seu seio a problemática midiática, referente ao papel da mídia ao trazer à tona o debate sobre estas questões, visibilizando e pondo em pauta o conflito entre campos, e a problemática da Igreja face aos valores modernos. De certa forma, a abordagem dos temas tabus pode ser considerada como uma reação midiática por carrear marcas desta evidência.

Por outro lado, os temas-tabus fazem emergir o campo religioso em toda a sua força, pois para os católicos a família tem caráter divino, não sendo considerada um mero produto sócio-cultural ou biológico (PONTIFÍCIO CONSELHO PARA A FAMÍLIA, 2001). Trabalhar com os temas-tabus é uma forma para a Igreja Católica legitimar suas posições institucionais sobre questões que mexem com valores fundamentais para ela, como o direito à vida e a indissolubilidade do casamento, no exemplo das temáticas aborto e divórcio, respectivamente.

O discurso sobre família em revistas católicas podem ser consideradas *pontos de acesso* no sentido proposto por Giddens (2001: 81), junções entre indivíduos e sistemas abstratos nas quais a confiança pode ser mantida ou reforçada. Enquanto instituição ligada a uma forma de vida eminentemente ligada à experiência tradicional, a Igreja Católica lança mão de dispositivos como as revistas a fim de reforçar sua presença num universo no qual sua legitimidade é constantemente posta em xeque como a modernidade.

Diferentemente da imprensa leiga, que levanta a problemática dos temas-tabus sobretudo no sentido de acentuar o processo de transformação social. No Brasil, a partir da década de 1960, a imprensa passa a focar a transformação nos padrões societários, fazendo com que as chamadas matérias de “comportamento” ganhem cada vez mais espaço nas páginas de revista do país. Um exemplo de veículo que se consagrou pela



abordagem dos temas-tabus foi a revista *Realidade* (FARO, 1999; MORAES, 2007). Face à realidade em transição, a revista se mostrava favorável às transformações, de carona no dinamismo da sociedade brasileira.

Na maior parte das vezes, a imprensa leiga apresenta estes de forma a acirrar a polêmica, sobretudo quando tentam apresentar a visão das instituições tradicionais como a Igreja Católica. Moccelin(1997) alude à proibição da comunhão dos divorciados que contraem nova união pelo documento papal *Familiaris Consortio*. O autor salienta que o texto data de 1981, mas que o assunto foi pauta da grande imprensa no decorrer da década de 1990, sendo apresentada como “grande novidade”, confiando-se no esquecimento do público. O autor lembra que o texto considerado pelo vaticanista como temas delicados e que não são redutíveis ao simplificação pelo qual a mídia geralmente apresenta suas polêmicas, pois não cita a justificativa levantada pela Igreja no documento, que impede o acesso dos divorciados casados à eucaristia para evitar que os fiéis sejam “induzidos em erro e confusão acerca da doutrina da Igreja sobre a indissolubilidade do matrimônio”(JOÃO PAULO II, 1981, p. 105).

No caso da imprensa católica, significa sobretudo pensar os imbricamentos entre campo religioso e campo midiático como um espaço de tensões e disputas, mas também de negociações e acordos. Ao enfatizar a presença da mulher no mercado de trabalho e o direito desta estar integrada cada vez mais a este universo, o discurso da Igreja, conforme expressam as revistas católicas, mostra-se conectado ao mundo moderno e à formação discursiva⁵ predominante na mídia sobre a questão. Contudo, quando argumenta contrariamente ao divórcio entrincheira-se em seus valores fundamentais, retomando suas tendências integristas⁶ e marcando uma presença conservadora. Em virtude disso, partimos da hipótese prospectiva de que a discursivização dos temas-tabus na imprensa católica do final do século XX se move sob a forma de um *aggiornamento*

⁵ As formações discursivas (FDs) podem ser entendidas, de uma forma resumida, como um “sistema de regras que funda a unidade de um conjunto de enunciados sócio-historicamente circunscrito” (MAINGUENEAU, 2006, p. 68). As FDs representam na linguagem as formações ideológicas (PÊCHEUX, 1995, p. 161), determinando os sentidos numa situação e numa conjuntura dadas. Trata-se de uma das noções fundamentais da Análise de Discurso de linha francesa, cujas referências serviremos teórica e metodologicamente para nos apropriarmos do discurso das revistas a serem analisadas em nossa investigação.

⁶ Segundo Gonçalves (2009), o catolicismo integrista prescreve a subordinação de todas as esferas culturais ao magistério eclesialístico, à exemplo do protestantismo fundamentalista. A tendência está historicamente localizada na crise instalada a partir da condenação das doutrinas modernistas pela encíclica *Pascendi* (1907), de Pio X.



condicionado. A imprensa católica, neste contexto, irá polir as arestas e apresentar um discurso mais brando, que homogeneíze as divergências apresentando suas posições de forma que não contrariem as percepções de mundo da maioria de seus leitores, profundamente inseridos na experiência da vida moderna, desde que estas não contrariem seus valores mais fundamentais. Dessa forma, a Igreja reserva a si o direito de resguardar perante à experiência moderna valores pertencentes a um outro tempo, mas que permanecem fundamentais para a manutenção institucional da Igreja Católica⁷.

Neste sentido, propomos as seguintes questões: seria a imprensa católica a instância específica para fornecer um “direito de resposta” a questões delicadas para a Igreja, que são suscitadas pela mídia, mas que nem sempre são acompanhadas pela problematização de suas percepções? De que forma os temas-tabus representam a interface da negociação entre valores modernos e tradicionais, instância na qual os campos envolvidos buscam afirmar sua sentença, sobretudo no caso do tipo de resposta fornecido pela imprensa católica que se vê condicionada a sustentar um discurso em consonância com os princípios da instituição que a sustenta, mas sem distanciar-se da realidade na qual os fiéis se inserem? Como se dá a inserção das revistas no mercado dos veículos religiosos, no cenário de competição cada vez mais acirrada a partir do período histórico que enquadramos nossa observação, sobretudo com a mídia pertencente às igrejas de orientação neo-pentecostal? Enfim, são estes apenas alguns dos caminhos que pretendemos trilhar em nossa problematização, que procuraremos desenvolver na articulação entre os níveis teórico e empírico.

Essas perguntas fazem sentido quando colocadas na perspectiva da midiática da religião, que ocorre de forma diferenciada nas igrejas históricas, caso da Igreja Católica Apostólica Romana, oriundas de um contexto pré-midiático; e nas “novas religiosidades midiáticas” (FIEGENBAUM, 2006), dentre as quais podemos incluir boa parte dos cultos neo-pentecostais e o movimento *new age*. Nas primeiras, a estratégia predominante é o *contrato*, através do qual são mobilizados suportes racionais, dogmas e valores éticos; enquanto para as segundas, a relação comunicacional característica é o

⁷ Cabe ressaltar que isso se dá num contexto em que a Igreja, ao longo do século XX constantemente cindida entre conservadores e progressistas. Os anos 1980, sob a égide do pontificado de João Paulo II, são marcados por um esforço da Santa Sé em neutralizar – ou até mesmo silenciar, vide caso Boff (BOFF, 1985) – as ações dos setores progressistas da Igreja, sobretudo na América Latina. Essa tendência é analisada com detalhe na obra de Beozzo (1994).



contato, de sentido essencialmente estético e centrado na emocionalidade (FIEGENBAUM, 2006: 7). O tipo de dispositivo técnico também varia conforme a estratégia: na modalidade *contato*, predomina a inserção nas chamadas mídias eletrônicas (internet e televisão, sobretudo); enquanto para a modalidade *contato*, destaca-se a participação nas mídias impressas, caso das revistas católicas. Mas isso não impede que as novas religiosidades midiáticas façam uso das mídias tradicionais, como no caso da Folha Universal, pertencente à Igreja Universal do Reino de Deus; ou que as igrejas históricas ganhem destaque em canais televisivos, como por exemplo, a TV Canção Nova, vinculada à Igreja Católica (NÚÑEZ DE LA PAZ, 2008).

Considerações finais

A problemática dos temas-tabus, que tem sua origem na interação entre os campos, põe à prova as certezas da Igreja enquanto instituição, pois evidencia o esforço da Igreja de se enquadrar num universo secularizado. O próprio fato das revistas abordarem este assunto é suscitado por uma demanda que é externa a ela, ou seja, a própria sociedade, que cobra da Igreja uma posição mais condizente ao contexto de liberalização e individualismo tão caros ao modo de viver moderno. Por outro lado, as revistas católicas oferecem uma instância de legitimar um discurso que é próprio do campo religioso, mas que se vê constantemente instigado por aqueles que demandam uma maior liberalização nas relações sociais e afetivas, como ONGs, grupos feministas e de direitos humanos. Esta disputa é portanto, constantemente atravessada pela lógica das mídias, cuja codicidade marcam a configuração do espaço público contemporâneo (CALETTI, 2007).

Por outro lado, enfatizamos que chegamos aos temas-tabus a partir de um levantamento realizado em pesquisa exploratória. Através da análise de edições aleatórias de *Rainha e Família Cristã* ao longo da década de 1980, observamos, o discurso das revistas como um todo, e percebemos que a questão da família é estruturante, está presente em praticamente toda a estruturação discursiva da revista, seja em matérias que trabalhassem a educação dos filhos, em anúncios de mamadeiras, em receitas de bolo ou no próprio nome das revistas, caso de *Família Cristã*. Logo, percebemos que era preciso fazer uma distinção clara de como deveríamos trabalhar família em nosso corpus, pois à



primeira vista parecia muito mais relacionada a uma perspectiva de público-alvo do que a um tema, dentre a gama abordada pelas matérias, passível de ser recortado para a análise. Posteriormente, ao elencarmos as matérias que versavam sobre a temática familiar, percebemos que as abordagens centravam-se em três eixos principais: qualidade de vida (saúde, educação, conflitos familiares), ausência da família (sobretudo na temática do menor abandonado, recorrente em diversas edições no início da década de 1980) e questões polêmicas, que continham os tabus da Igreja Católica. Destas, as mais frequentemente trabalhadas pelo periódico eram divórcio, sexualidade, anti-concepção e aborto. Nos dois primeiros eixos, o tom do discurso parecia bem similar à forma como as temáticas são abordadas nas revistas seculares, enquanto nos últimos a postura católica rompia com a percepção mostrada sobre os temas na mídia em geral.

Os temas tabus, dessa forma, nos parece caracterizarem-se como um recorte que propõe “problemas” (BOURDIEU, 2003: 28), da forma como eles nos sugerem uma desconstrução de nossa intenção inicial de pesquisa que é estudar o discurso sobre família nas revistas católicas, recolocando-o sob uma perspectiva relacional. Eles suscitam um reencaixe numa problemática que é propriamente midiática, mas que está também estritamente relacionada a questões próprias do campo religioso, em abordagens de cunho educacional ou doutrinário.

Por outro lado, as revistas trabalham temas que são cada vez mais explorados na mídia, ofertando-se de certa forma como espaço “alternativo” aos demais veículos da grande imprensa ao veicular uma ótica institucionalmente comprometida, numa cobertura que amplifica o ponto de vista católico em vez em vez da cobertura jornalística tradicional, por definição empenhada em “dar voz a todos os lados envolvidos” (regra que parece mais prospectiva do que praticável). Não raro as percepções católicas na grande imprensa ficam restritas a impressionismos e à repetição dos lugares comuns que procuram mostrar a Igreja Católica como uma instituição retrógrada e avessa aos tempos atuais e a abordar a temática familiar sob um ponto de vista patologizante (GONZÁLES GAITANO, 2008).



Nossa intenção neste artigo não foi o de tentar resolver a intrincada teia que se estabelece nas revistas católicas entre campo midiático e campo religioso, mas sobretudo de levantar alguns questionamentos e problemáticas que serão apropriados com maior fôlego no decorrer de nossa pesquisa de doutorado. Portanto, muitas das aproximações realizadas aqui são de caráter tentativo e aproximativo, devendo ser aprofundadas mais adiante. Contudo, cabe ressaltar a contribuição da teoria dos campos para a construção de nosso objeto de pesquisa, sobretudo ao estruturar a compreensão dos temas-tabus, pontos de interseção entre a doutrina da Igreja Católica e as estratégias de legitimação do universo midiático.

Por outro lado, não nos interessou estabelecer aqui uma discussão para definir em que ponto as revistas católicas estão inseridas no campo religioso ou no midiático, mas sim, levantarmos alguns pontos para problematizarmos a realização de uma análise relacional, que perceba as revistas como um dispositivo de articulação de campos. O próprio conceito de campo resguarda esse caráter, ao definir-se através da disputa de posições entre agentes e pelas lutas pelo capital simbólico. O discurso das revistas, nesse sentido, explicita esse terreno conflituoso que representa, acima de tudo, a eterna problemática da inserção da Igreja no mundo.

Referências bibliográficas

BEOZZO, José O. *A Igreja do Brasil: de João XXIII a João Paulo II, de Medellín a Santo Domingo*. Petrópolis: Vozes, 1998.

BOFF, Leonardo. *Minha convocação à Roma junto às instâncias doutrinárias da Igreja e a comunicação*. In.: SOARES, Ismar & PUNTEL, Joana. *Comunicação, Igreja e Estado na América Latina*. São Paulo: Paulinas/UCBC, 1985.

BOURDIEU, Pierre. A gênese dos conceitos de *habitus* e de campo. In.: *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998, p. 59-73.

_____. Introdução a uma sociologia reflexiva. In.: *O poder simbólico*. 6 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003, p. 17-58.

_____. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. 9 ed. Campinas: Papirus, 2008.



BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. *Uma história social da mídia: de Gutemberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CALETTI, Sergio. Repensar el espacio público. Um esbozo histórico para situar las relaciones entre médios, política y cultura. Buenos Aires, *Boletín de la Biblioteca Del Congreso de la Nación*, n 123, 2007, p. 195-252.

FABRE, Maurice. *História da comunicação*. 2 ed. Lisboa: Moraes Editores, 1980.

FARO, José S. *Revista Realidade - 1966-1968: tempo da reportagem na imprensa brasileira*. Canoas: Editora da Ulbra/AGE, 1999.

FIGENBAUM, Ricardo Z. Miatização do campo religioso: tensões e peculiaridades de uma relação de campos. *UNIrevista*, São Leopoldo, vol. 1, nº 3, p. 1-12, jul. 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Fiegenbaum.PDF>. Acesso em 5 fev. 2010.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Desigualdad cultural y poder simbólico. *Cuadernos de Trabajo*, n. 1., Ciudad de México: Instituto Nacional de Antropología y Historia/UNAM, 1986. Disponível em: <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/alabarces/G_Canclini_sobre_Bourdieu.pdf>. Acesso em 5 fev. 2010.

GIDDENS, Antony. *As consequências da modernidade*. 5ª reimp. São Paulo: Ed. da UNESP, 1991.

GONÇALVES, Marcos. *As tentações integristas: um estudo sobre as relações entre catolicismo e política no Brasil (1908-1937)*. Tese de Doutorado. Curitiba: CPGH/UFPR, 2009.

GONZÁLES GAITANO, Norberto. *Famiglia e media: Il detto e il non detto*. Roma: Edusc, 2008.

JOÃO PAULO II. Exortação Apostólica *Familiaris Consortio*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1982.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc, 2001.

LASCH, Scott. *Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorroutu, 2005.

MALDONADO, Efendy. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In.: MALDONADO, Efendy; BONIN, Jiani, Adriana; ROSÁRIO, Nísia Martins (orgs.). *Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa*. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2008, p. 27-54.



MAINGUENEAU, Dominique. *Termos-chave da análise do discurso*. 2ª reimpressão. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.

MATA, Maria C. De la cultura masiva a la cultura mediática. In.: *Diálogos de la comunicación*, n. 56, p. 80-91, out. 1999. Disponível em www.felafacs.org/dialogos.

MOCELLIN, Guido. *La sindrome dei divorziati: il difficile compito dei vaticanisti*. Famiglia Oggi, n. 6, giugno/luglio 1997.

MORAES, Letícia N. *Leituras da revista Realidade (1966-1968)*. São Paulo: Alameda, 2007.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In.: DAYRREL PORTO, Sérgio (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. 2 ed. Brasília: Editora da UNB, 2002.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX*. Vol. 1: Neurose. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

NÚÑEZ DE LA PAZ, Nivia Ivette. *Evangelização que comunica e Comunicação que evangeliza: Comunidade Canção Nova, um novo jeito de ser igreja a partir do entrecruzamento evangelização-comunicação*. Tese de Doutorado. São Leopoldo: Faculdades EST/PPG, 2008.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. 2 ed. Campinas: Unicamp, 1995.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA A FAMÍLIA. *A Familiaris Consortio no seu XX aniversário: dimensão antropológica e pastoral*. 2001. Disponível em <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/family/documents/rc_pc_family_doc_20011220_xx-familiaris_po.html>. Acesso em 9 fev.2010.

RODRIGUES, Adriano D. *Estratégias de comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade*. 2 ed. Lisboa: Presença, 1997.

_____. Experiência, modernidade e campo dos media. In.: SANTANA, R.M. (org.). *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Revan; Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2000, p. 169-213.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.



SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In.: MORAES, Denis. *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 19-32.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. In.: *Diálogos de la comunicación*, Lima, n. 48, 1997, p. 9-17.

WOLTON, Dominique. Identidad, cultura, comunicación, triángulo explosivo del siglo XXI. In.: *La outra mundialización: los desafíos de la cohabitación cultural global*. Barcelona: Gedisa, 2004, p. 47-77.