

Editorial

Editorial Revista 2015.1 – v. 18, nº 2.

Comunicação & Informação

ISSN versão impressa: 1415-5842

ISSN versão eletrônica: 2317-675X

O volume 18, número 2, da Revista Comunicação & Informação apresenta nove artigos, revisados pelos pares, produzidos por pesquisadores de várias partes do País, com foco na temática Comunicação, Informação & Religiosidade, além de dar continuidade às publicações do Caderno Especial Casadinho/Procad produzido com textos desenvolvidos pelos alunos e orientados por professores dos Programas de Pós-Graduação das Universidades Federal de Goiás (UFG) e do Rio de Janeiro (UFRJ) que desde 2012 desenvolvem o Projeto de Pesquisa apoiado pelo CNPq na Ação Transversal nº 06/2011 – 552283/201108 intitulado “Rupturas Metodológicas para uma Leitura Crítica da Mídia”. Os textos aqui expostos destacam pesquisas que se entrelaçam, se completam, se confrontam e criam uma diversidade de pensamentos enriquecedora para o desenvolvimento dos estudos na área da comunicação e da informação.

Comunicação e religiosidade: a visibilidade e a invisibilidade do comunicacional - Dos diversos campos de interface nos estudos de comunicação, o estudo da interação entre comunicação e religião revela-se como um dos mais instigantes, por oferecer um espaço de pesquisa num contexto em que o comunicacional revela-se como altamente nítido, ao sintetizar aspectos fundamentais do surgimento e da manutenção de processos culturais.

É a religião o lugar do dogma, das certezas pontuadas pela exigência da incomunicação daquilo que é sagrado e assim deve ser preservado, na qual o interesse pela sobrevivência e a manutenção da identidade prevalece sobre praticamente todos os demais, resultando em episódios de aprendizado em que conflitos e rupturas que demandam ser comunicacionalmente compreendidos.

É também a religião, por outro lado, o lugar da conversão, da luta pela universalização da salvação e da iluminação pelo sagrado, momento em que o espaço comunicacional se amplia ao máximo, seja por ações estratégicas, de índole pedagógica ou retórica, seja por ações comunicativas, demarcadas por sonhos de interreligiosidade, ecumenismo, fraternidade e compreensão mútua.

Em ambos os casos, o problema comunicacional emerge em sua especificidade, como ponto epistêmico de conexão entre os sentidos em conflito, resultando não apenas numa compreensão mais aguçada do fenômeno religioso – objeto de várias ciências humanas e

sociais –, mas, também, e o que é prioritário nesta publicação, num entendimento mais nítido do fenômeno comunicacional, como lugar de produção e afivelamento dos sentidos, tensionado em toda a sua extensão, entre a comunicabilidade extrema do conversionismo e a incomunicabilidade máxima da dogmatização.

Este número da Revista Comunicação & Informação dedica-se a desvelar alguns desses aspectos, num tratamento editorial que busca abranger as diferentes abordagens dessa zona de interface – que vai desde os estudos da comunicabilidade dos ambientes de entrelaço da identidade religiosa e das alteridades que com ela concorrem, até as pesquisas sobre o funcionamento das mídias, religiosas ou não, em relação a esse campo ancestral de reprodução da cultura.

Nesse caminho, esta edição começa apresentando a temática da mediação do campo religioso, cara aos estudos brasileiros contemporâneos de comunicação e religiosidade, no ensaio **Mídiação do campo religioso: o esboço de uma síntese possível**, de Luís Mauro Sá Martino, Faculdade Casper Líbero (FCL), apresenta uma abordagem sintética, porém ampla, das dimensões nas quais o comunicacional invade os demais campos simbólicos da sociedade, por meio dos sentidos da religião.

O texto seguinte é **A cultura simbólica espírita e o dialogismo filosófico, científico e religioso nos textos de Allan Kardec**, de Ângela Teixeira de Moraes, da Universidade Federal de Goiás (UFG) e Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO), no qual o conceito de comunicação assume sua perspectiva mais ampla, do ponto de vista ético, como dialogicidade possível do religioso com os diferentes sentidos da modernidade, numa acurada observação do movimento espírita, que, no Brasil, inseriu-se na cultura a partir de contraditórios compromissos entre dogmática e racionalidade.

Os novos sentidos da internet aparecem também em diferentes textos e abordagens, como aquela trazida pelo texto **O religioso na rede: interações e discursos nas religiões 2.0**, de Adriana do Amaral Freire e Karla Regina Macena Pereira Patriota Bronshtein, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), ao admitir o conceito de “Religião 2.0”, como categoria delimitadora do universo comunicacional de segunda geração da grande rede virtual, tal como assimilada pelas instituições religiosas, nas quais processos de características midiáticas são enovelados por exigências de convivibilidade, interação e cooperação.

O espaço televisivo abrangido pelo religioso igualmente se faz presente, a partir do texto **Deus ex-machina: uma análise do fenômeno da telereligião na mídia brasileira**, do autor Gilson Soares Raslan Filho, da Universidade Estadual de Minas Gerais (UENF), no qual se explicitam táticas religiosas de presença e controle dos meios de comunicação no Brasil pelas igrejas, na zona de conflitualidade e concorrência entre as denominações católica e neopentecostais.

A presença religiosa na televisão é igualmente estudada em seus aspectos culturais e de produção de sentido. O texto **Simbologias espíritas na teledramaturgia: a religiosidade no universo ficcional da Rede Globo**, de Emilson Ferreira Garcia Junior, Robéria Nádia Araújo Nascimento, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) refere-se a uma das principais fontes de conteúdo da telenovela produzida pela maior rede de televisão do Brasil. O artigo busca abranger as novas leituras que tais obras de ficção terminam por imprimir no universo religioso, de forma a disseminar polissemias e racionalidades típicas dos processos comunicacionais.

Também abordando a teledramaturgia, em suas relações conflitivas com o religioso, publica-se aqui um percuciente estudo do candomblé, na abordagem televisiva da obra de Jorge Amado. Trata-se do texto **Representações místico-religiosas em Tenda dos Milagres: o viés do candomblé na ficção televisiva**, de Robéria Nádia Araújo Nascimento Correio da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), no qual se mostram tanto as construções simbólicas produzidas pela teleficção, quanto os conflitos interpretativos engendrados pelos praticantes a partir do olhar midiático da televisão sobre a religiosidade de matriz africana.

A questão da comunicabilidade religiosa comparece especificamente pesquisada no artigo **O Facebook e a comunidade de fala dos usuários da página oficial da Assembleia de Deus na Paraíba**, dos autores Ramon Nascimento, Juciano Sousa Lacerda, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRGN), no qual se surpreende uma possibilidade de nova comunidade de fala na rede social virtual Facebook, para além dos procedimentos de controle institucional da religiosidade, mas que sobre ela interfere de maneira indireta e específica.

O viés do estudo da comunicação impressa é apresentado no artigo **Revista católica: uma interface entre o campo religioso e o campo midiático**, da autora Aline Roes Dalmolin, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), onde se procura avançar para além da interpretação tradicional do aspecto doutrinário, em direção a um tipo de jornalismo especializado de dimensão religiosa, no qual ocorrem mediações entre o campo da experiência social e o das concepções religiosas.

E, por fim, o debate da comunicação entre identidade e comunidade adentra aspectos sociológicos da pequena cidade espírita de Palmelo, do interior do estado brasileiro de Goiás, no texto **Estudo comunicacional da cidade espírita: a religião entre a identidade e a cidade**, de João Damasio e Luiz Signates, da Universidade Federal de Goiás (UFG). Nesse artigo, o comunicacional assume seu modo cultural mais amplo e intenso, ao referir-se a um sentido religioso que interpenetra os múltiplos espaços sociais e lhes dão a conformação identitária típica.

No âmbito do **Caderno Procad**, o primeiro trabalho é de autoria do Mestrando Marcos Marinho M. Queiroz e do Professor Magno Medeiros, do PPGOM da Universidade Federal de Goiás e tem como título: **Cidadania e TICs: Uma relação anacrônica?** A partir deste questionamento, o artigo tem como proposta inicial realizar um levantamento conceitual sobre cidadania, bem como uma análise sobre a evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e suas potenciais utilizações no tocante a otimizar o processo de apropriação da cidadania por parte dos indivíduos viventes na *polis*.

Pedro Barreto Pereira, Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, vinculado à linha de pesquisa Mídias e Mediações Socioculturais, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), apresenta o trabalho: **Mídia, UPPs e megaeventos: estratégias discursivas de legitimação de uma política de Segurança Pública**, e preocupa-se em estudar o período de 2007 a 2016 com o fenômeno dos megaeventos esportivos internacionais que o Rio de Janeiro passou a sediar e como as três esferas governamentais vêm promovendo uma série de políticas públicas de modo a reconfigurar estética e urbanisticamente a cidade. Discursivamente, a estratégia envolve a refundação da “Cidade Maravilhosa” e a exaltação dos aludidos atributos pitorescos do carioca, tais como simpatia, irreverência e hospitalidade. Além dos já conhecidos ícones, que remetem a uma cultura do hedonismo, como samba, carnaval e futebol, a favela torna-se outro elemento a ser incorporado ao *branding* carioca e as UPPs (Unidades de Polícia Pacificadora), também ganham espaço no estudo mostrando que, ao mesmo tempo em que permitem o acesso das elites a áreas até então consideradas violentas, promovem a migração dos moradores de menor poder aquisitivo para bairros mais afastados e precários.

O papel da mídia na construção do discurso de ‘pacificação’ no Rio de Janeiro, é uma contribuição do Doutorando Vitor Monteiro de Castro, do programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), sob orientação do Professor Doutor Eduardo Granja Coutinho. O artigo procura demonstrar como a mídia é um instrumento de hegemonia, levando em conta a noção de “guerra” e “pacificação” utilizada pelos meios de comunicação para definir as ações da política de segurança pública do Rio de Janeiro. Focando dois momentos, até 2008, antes da instalação da primeira Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) e após esse momento, quando a noção de “guerra” perde espaço para o discurso de “pacificação” pelos meios oficiais, e a mídia passa a seguir essa mesma cartilha, sem qualquer criticidade. Para isso o artigo discute a questão da hegemonia e suas formas de preservação e legitimação do poder, apresentando trechos de editoriais, matérias e reportagens do jornal O Globo.

Fechando a publicação dos cadernos, a Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás Comun. & Inf., Goiânia, GO, v. 18, n. 2, p. 01-05, jul./dez. 2015

(UFG), Priscilla Guerra Guimarães Bernardes, apresenta o trabalho **O sujeito na mídia: do opaco ao notório: Uma visão sobre a formação do jornalismo e seu reflexo na prática**, desenvolvido na disciplina *Antropologia e Comunicação* do PPGCOM e que apresenta uma leitura crítica da mídia feita em diversas peças jornalísticas publicadas pela mídia tradicional, que descortinam um processo de produção de notícias pasteurizado que é frequentemente ensinado nas salas de aulas dos cursos de Jornalismo e que desemboca na realidade dos veículos e dos profissionais que utilizam normas e padrões valorativos na construção da notícia e antagônicos em questões sociais e humanísticas. A principal dissonância entre critérios de noticiabilidade como a notoriedade que corrobora para a opacidade do sujeito, esmaecendo alguns em razão de outros tidos como mais relevantes por serem atrativos noticiosos de maior destaque.

Espera-se, desta forma, que este número especial de **Comunicação & Informação** possa significar uma contribuição aos estudos dessa área de interface e, sobretudo, para uma compreensão da abrangência dos conceitos e contextos da religião e do religioso, tanto como corpus empírico (lugar privilegiado da pesquisa) quanto como chave interpretativa dos sentidos sociais viabilizados pela comunicação.

Profa. Dra. Simone Antoniaci Tuzzo

Prof. Dr. João de Melo Maricato

Editores da Revista Comunicação & Informação.

Prof. Dr. Luiz Signates

Profa. Dra. Ângela Moraes

Profa. Dra. Deborah Borges

Editores especialmente convidados para este número.