

Resenha

Fonseca, Alexandre Brasil. *Evangélicos e Mídia no Brasil*. Bragança Paulista, São Paulo, Universidade São Francisco, IFAN Curitiba: São Boaventura-Faculdade de Filosofia, 2003.

Evangélicos e Mídia no Brasil de Alexandre Brasil Fonseca é resultado de adaptação e atualização de mestrado defendido junto ao programa de Pós Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. O autor realiza um importante estudo sobre o mundo evangélico enfrentando embates e envolvimento com as mídias eletrônicas, em especial o rádio e a televisão. Apresenta uma interessante análise do tema fazendo uso da perspectiva do mosaico para examinar a experiência religiosa pentecostal e as vinculação da mesma com as mídias eletrônicas. Este exame de vínculos, volta-se para os estudos das características do campo religioso brasileiro, multifacetado com uma integração fecunda com os estudos sobre a sociedade brasileira em seu ângulo sócio político. Fonseca aefetiva abordagem que destaca a singularidade do pentecostalismo, enquanto formador de identidades contrastantes com aquelas tradicionais católicas . A partir disso, propõem uma viagem na subjetividade que envolve o olhar e as vivencias tanto do pesquisador quanto dos que estão na fé. Debruçado sobre esta temática, tornando a questão das expressões pentecostais midiáticas explícita e proposital, o trabalho em tela investiga um momento especial da reconstrução histórica pela busca do entendimento das transformações do campo religioso brasileiro. Além disso, os questionamentos apresentados propõe uma reflexão sobre o desenvolvimento da pesquisa de campo usando recursos virtuais e presenciais, marcando resultados reveladores, tanto do ponto de vista do pesquisador como do pesquisado. O mapeamento minucioso do campo evangélico no Brasil números, estatísticas, grupos e denominações são identificados com vista a construção de um histórico das forças das mídias brasileira em interação com os diversos pioneiros pentecostais. O livro analisa, ainda, a propriedade das questões específicas da mídia evangélica dedicando-se ao exame da Igreja Evangélica Renascer em Cristo e a Igreja Universal do Reino de Deus, seus atores sociais, audiências e programas produzidos por produtores oriundos das próprias Igrejas

compondo um quadro de referências ao contexto evangélico.. Um novo fenômeno social que estimula as denominações a investir nas novas formas de proselitismo religioso com pedagogias específicas para cada denominação. Os personagens identificados, por meio do exame da programação das denominações líderes na mídia evangélica, foram associados ao movimento da sociedade civil e da política do momento, mostrando um especial exercício das relações sócio religiosas. A presença de relações com outras religiões que enfrentam as novidades das experiências com as mídias eletrônicas demonstram como católicos, espíritas e afro-brasileiros vivem a tolerância e a intolerância religiosa no Brasil. A análise da sociedade moderna, a partir dos seus valores, assim como as motivações encontradas pela pesquisa narram também a forte questão da mercantilização da experiência religiosa. O estudo salienta a importância e a peculiaridade da mídia evangélica brasileira associada às características próprias da sociedade brasileira e do campo religioso sincrético. Esta associação gera tensões e interfere mutuamente nos processos adaptativos da mídia no contexto político, nas instituições e no modo de evangelizar. Fonseca discute, ainda, os processos pelos quais são construídas identidades religiosas em comunidades presenciais e virtuais. Desta feita, o autor nos convida a uma “viagem” pelas diferenças de imaginários religiosos em interface com o mundo das tecnologias eletrônicas de comunicação.

Eliane Hojaj Gouveia