

## Editorial

Editorial Revista 2016-2 – v.19 n° 2.

Comunicação e Informação

ISSN versão impressa: 1415-5842

ISSN versão eletrônica: 2317-675X

O presente número da Revista Comunicação & Informação retorna com êxito à temática da religiosidade, em suas relações com a comunicação e a cultura. Como que dando continuidade ao dossiê publicado no ano de 2015, desta vez diversos pesquisadores originados de várias regiões do Brasil proporcionam importantes reflexões teóricas e ricos relatos empíricos sobre essa temática transversal, cuja importância tem se tornado crescente nos estudos de comunicação no país.

A edição se inicia com um produtivo debate sobre as aproximações antropocomunicacionais entre o Catolicismo e o Candomblé, a partir da experiência do sagrado por meio da música. O texto **(In)Formação Musical: proximidades antropocomunicacionais epistemológicas sobre o Catolicismo e o Candomblé**, de Maria de Fátima Nunes, professora catedrática da Universidade de Évora, foi composto em conjunto com os docentes Alan Curcino Pedreira da Silva, da Universidade Federal de Alagoas, Luciana Ferreira da Costa, da Universidade Federal da Paraíba, com a cooperação da pedagoga Ana Maria Ferreira da Silva, da Paraíba. O enfoque abrange a musicalidade como elementos de celebração, comunicação, instrução, educação e tradição religiosa.

O texto seguinte é **Para administrar a fé em Deus: ofertas de interfaces entre mídia, business e religião no Brasil**, de autoria dos professores Paulo Celso da Silva e Miriam Cristina Carlos Silva, ambos pertencentes aos quadros da Universidade de Sorocaba, em conjunto com o mestrando Luiz Guilherme Leite Amaral, daquela instituição. Estes pesquisadores efetuam uma percuciente análise do site de ensino à distância IPED, onde se encontra o curso de Ensino Religioso, para apresentar interfaces entre mídia, negócios e religião.

A presença no Instagram do recém-criado Templo de Salomão, da Igreja Universal do Reino de Deus, em São Paulo, é o objeto de pesquisa da professora Magali do Nascimento Cunha e da mestranda Jêniver Rosa de Oliveira, ambas advindas da Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. **Produzindo o sagrado pelas mídias sociais: a interação dos fiéis com o Templo de Salomão no Instagram** abrange a temática da reapropriação dos imaginários

sobre o sagrado pelas mídias sociais, cuja abordagem é, ao mesmo tempo, atual e relevante para os estudos de comunicação e religião.

A religiosidade negra marca presença nesta edição de Comunicação & Informação no cuidadoso trabalho da professora Maria Giovanna Guedes Farias, da Universidade Federal do Ceará, em parceria com a doutoranda Cleyciane Cássia Moreira Pereira, da Universidade Federal da Bahia: **Análise de mitos africanos em uma comunidade quilombola: comunicação, informação e religiosidade**. O contexto de estudo, neste caso, é a Comunidade Quilombola Alcantareense de Itamatatua, no Maranhão, sobre a qual as autoras realizam interessante reflexão acerca das relações míticas reproduzidas pela oralidade, como fatores de autoestima e recuperação de memória e tradições das populações oprimidas.

Uma contribuição epistemológica singular ao estudo da interface entre comunicação e religião é o estudo da professora Viviane Borelli, da Universidade Federal de Santa Maria, e do mestrando Herivelto Regiani. No artigo **O que há de especificamente comunicacional na religião?**, demonstra-se como a religiosidade, assinalada como problema comunicacional, deixa evidenciar o processo de midiaticização da sociedade contemporânea.

Uma pesquisa a respeito da catequese numa paróquia de Londrina, especificando uma proposta inovadora de catequese comunitária e comunicativa, constitui o texto **Comunicação Comunitária na igreja: um debate por dentro da catequese**, de Luzia Yamashita Deliberador, professora da Universidade Estadual de Londrina, e Otávio Cezarini Ávila, mestrando da Universidade Federal do Paraná. Pertencimento, cidadania e engajamento social se enovelam como conceitos referenciais da comunicação comunitária, aplicada ao ambiente religioso.

A contribuição dos pesquisadores da Universidade Paulista – os professores Jorge Miklos e Roberto Bazanini, o doutorando Homero Leoni Bazanini e a graduanda Gracy Giradelli – retorna à temática do Templo de Salomão, desta vez com o enfoque das estratégias de marketing religioso. O texto intitula-se **O mercado de bens simbólicos: a viabilidade política e midiática do Templo de Salomão junto aos stakeholders**, e trata das complexas relações entre a religião e a lógica capitalista, que se fazem sentir na pertinente análise do megatemplo da Igreja Universal percebida como empresa inserida nos novos mercados de bens simbólicos.

O penúltimo texto desta edição é o último que versa sobre a temática da religião. Trata-se do artigo **“Que queres de mim, mulher?”: A Virgem Maria no filme O Rei dos Reis**

**como representação de um imaginário feminino conservador**, escrito pela professora Helen Ulhoa Pimentel, da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES, em associação com Paulo Souto Maior Júnior e Amanda Muniz de Oliveira, respectivamente doutorando e mestranda da Universidade Federal de Santa Catarina, e Rodolpho Alexandre Santos Melo Bastos, mestrando da UNIMONTES. A temática da filmografia cristã exsurge aqui analisada como elemento evidenciador do imaginário feminino católico, tal como representa o imaginário da época em que o filme foi produzido.

E, por fim, ultrapassando a temática religiosa, em direção à teorização da cultura, encerramos esta edição com o estimulante texto **Reflexões sobre a verdade a partir do prefácio de Origem do Drama Barroco Alemão de Walter Benjamin**, da professora Suely Henrique de Aquino Gomes, da Universidade Federal de Goiás, e da mestre em comunicação pela UFG Janine Barcelos de Moraes Silva. O artigo discute o método científico e sua relação com a totalidade absoluta, a partir das “Questões Introdutórias de Crítica do Conhecimento”, levantadas no prefácio da obra “Origem do Drama Barroco Alemão”, de Walter Benjamin.

Configura-se, portanto, esta edição, uma contribuição diversa e sedimentada para algumas das mais relevantes dimensões do debate acadêmico das relações entre cultura, religiosidade e arte, numa perspectiva que privilegia os contextos comunicacionais, complexos e variados, em abordagens que tanto especificam categorias teóricas, de alta pertinência, quanto relatos empíricos, cujo registro se faz sentir na relevância das temáticas e da experiências abordadas.

Profa. Dra. Suely Gomes

Prof. Dr. Claudomilson Fernandes Braga

Prof. Dr. Dalton Lopes Martins

Prof. Dr. Luiz Signates

Prof. Dr. João de Melo Maricato (Suplente)

**Editores da Revista Comunicação & Informação.**