

Caminhos de pesquisa em comunicação e religiões no Brasil: novas trilhas, trajetos estimulantes

Magali do Nascimento Cunha¹ 

Resumo: Analisar o cenário sociopolítico e cultural brasileiro contemporâneo sem considerar o papel das religiões constitui um equívoco analítico. No campo da Comunicação, em particular, torna-se inviável compreender os processos comunicacionais sem reconhecer o lugar ocupado pelas religiões nas dinâmicas das relações humanas. Faz-se, portanto, necessário reafirmar elementos fundamentais para os estudos em Comunicação e Religiões e corrigir concepções ainda limitadoras que persistem nesse campo da pesquisa. Este artigo busca oferecer indicativos para a pesquisa nessa interface. Para isso, toma por base duas importantes referências: (1) o *Dicionário Brasileiro em Comunicação e Religiões* (Unaspres, 2021) e seu processo de produção; (2) os anais do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religiões nos congressos nacionais anuais da Intercom que levantam temas prementes que instigam novas e pertinentes abordagens, sistematizados nos tópicos que compõem o estudo.

Palavras-chave: comunicação; religiões; mídias; pluralismo

Research pathways in communication and religion in Brazil: new trails, stimulating journeys

Abstract: Analyzing the contemporary Brazilian sociopolitical and cultural landscape without considering the role of religions constitutes an analytical mistake. In the field of Communication, in particular, it becomes impossible to understand communicational processes without recognizing the place occupied by religions within the dynamics of human relations. It is therefore necessary to reaffirm fundamental elements for studies in Communication and Religions and to correct limiting conceptions that still persist in this research field. This essay seeks to offer guidelines for research within this interface. To do so, it draws on two important references: (1) the *Brazilian Dictionary of Communication and Religions* (Unaspres, 2021) and its production process; and (2) the proceedings of the Communication and Religions Research Group at the annual national Intercom congresses, which highlight pressing themes that inspire new and relevant approaches, systematized in the topics that compose this study.

Keywords: communication; religions; media; pluralism

1 Doutora em Comunicação (USP), mestra em Memória Social (Unirio) e graduada em Jornalismo (UFF). É pesquisadora do Instituto de Estudos da Religião (Iser) na área de Religião e Política. E-mail: magali.ncunha@gmail.com. <http://lattes.cnpq.br/1968477845967720> / <https://orcid.org/0000-0002-7679-7242>.

Introdução

Neste tempo denominado “contemporaneidade” (Hall, 2005), as religiões alcançaram um nível de visibilidade no espaço público que não pode mais ser negado ou ignorado. Elas se encontram em evidência no cotidiano, por meio do cultivo das espiritualidades e da pluralidade de práticas associadas e, também, pela crescente inserção em espaços midiáticos.

É possível observar a representação das religiões nas mídias tradicionais e digitais, tanto na produção e no consumo de conteúdos religiosos ou não, na criação de celebridades próprias, bem como na midiaticização da linguagem e das práticas de fé. Além disso, as religiões ganharam relevância como objeto da indústria cultural, em publicações, filmes, telenovelas, áudios e vídeos, e como segmento do mercado, no que diz respeito ao consumo de bens, serviços e entretenimento.

As religiões também têm adquirido destaque em uma dimensão cada vez mais evidente: a representação e a participação política, seja em instâncias institucionais, seja em movimentos sociais. Observa-se a crescente presença de lideranças e instituições religiosas na disputa por cargos públicos, na formulação de agendas e na defesa de pautas vinculadas aos direitos civis (corpo, gênero, sexualidade, reprodução, biopolítica e liberdade de crença), como diferentes alinhamentos ideológicos. As religiões, o religioso e seus símbolos têm ainda alimentado discursos e atuações de grupos extremistas, identificados com diferentes tradições religiosas.

Diante desse contexto, as abordagens das ciências humanas e sociais que previam o declínio das religiões em decorrência dos processos de secularização e modernização, iniciados no século 18, tiveram que ser revistas (Berger, 2001). As religiões que, na modernidade iluminista e humanista haviam sido relegadas ao domínio do privado e da subjetividade individual, reaparecem, na contemporaneidade, de forma desprivatizada, reivindicando participação ativa e legitimidade no espaço público.

Esse processo de desprivatização e publicização das religiões intensifica a visibilidade da pluralidade religiosa e reafirma as religiões como componentes constitutivos das identidades múltiplas e híbridas das sociedades atuais. Tal contexto favorece tanto a emergência de novas formas de comunicação e diálogo inter-religioso quanto o surgimento de manifestações de intolerância e violência motivadas por diferenças religiosas.

No caso brasileiro, transformações socioculturais e políticas, delineadas na passagem do século 20 para o 21 e consolidadas em novas práticas e interações a partir dos anos 2000, estabeleceram uma nova dinâmica das religiões no país e passaram a ser objeto de estudo e pesquisa em diferentes áreas das ciências humanas e sociais.

Essas transformações podem ser compreendidas pela articulação de, pelo menos, oito fenômenos inter-relacionados (Iser, 2025):

- (1) O fortalecimento do segmento evangélico, com a proliferação de igrejas autônomas e autóctones — pentecostais, neopentecostais e outras —, o que modificou profundamente o cenário do cristianismo, ao ampliar de forma expressiva, em termos numéricos e geográficos, a população evangélica;
- (2) O marcado declínio do catolicismo, ainda que esse segmento cristão se mantenha culturalmente hegemônico. Tal situação, expressa na diminuição do número de fiéis a cada censo populacional, desde 1991, decorre de uma crise nessa tradição,

acentuada sob os pontificados conservadores de João Paulo II (1978-2005) e Bento XVI (2005-2013). Em contrapartida, o pontificado de Francisco (2013-2025) representou certo alívio a essa instabilidade, por conta de uma orientação mais popular e aproximada das demandas da população católica em sua diversidade;

- (3) A ampliação da presença das igrejas nas mídias tradicionais e a intensa ocupação delas nas mídias digitais, com protagonismo das lideranças evangélicas, especialmente as do ramo pentecostal. Essa forte relação com as mídias estabeleceu novas formas de viver a fé cristã, novas religiosidades e dinâmicas de agrupamento religioso nas modalidades presencial e *online*, além de novos formatos de liderança sacerdotal e laica;
- (4) O crescimento do mercado religioso e a consolidação do *marketing* da fé, que posiciona os cristãos como um segmento de consumo, mediante a oferta de produtos e serviços destinados a atender demandas de ordem religiosa, de lazer e de entretenimento;
- (5) A ampliação da participação de grupos religiosos na política institucional, com a ocupação de lideranças com identidade religiosa explicitada nos três poderes da República. Nesse processo, observa-se a intensificação da instrumentalização ultraconservadora da religião no fazer político, em especial nas campanhas eleitorais e na formulação de projetos de lei e de políticas públicas. Dessa forma, foi consolidado o estabelecimento de uma direita cristã no Brasil, com um braço extremista que chegou ao Poder Executivo federal (2019-2022) e ocupou amplamente o Congresso Nacional. Tal fenômeno recoloca em evidência os debates sobre laicidade do Estado e liberdade religiosa. Ao mesmo tempo, uma multiplicidade de grupos religiosos defensores de pautas de direitos (por justiça racial, de gênero, ambiental, prisional, por moradia, trabalho digno, de enfrentamento da pobreza e da exclusão social, pela inclusão de pessoas com deficiência, entre outros), articulados em movimentos, organizações e coletivos, têm transformado o cenário da relação entre religião e política;
- (6) O aumento de casos de intolerância religiosa, principalmente contra pessoas e grupos vinculados às religiões afro-brasileiras. Em contraponto, o fortalecimento de políticas de inclusão e enfrentamento da intolerância e as ações de movimentos sociais têm estimulado uma presença mais afirmativa desses grupos no espaço público, reforçando as reivindicações do direito à liberdade de crença;
- (7) A intensificação da propagação da desinformação em espaços digitais religiosos, com ampla circulação de *fake news* e conteúdos manipulados;
- (8) A experiência da pandemia de covid-19 que, com a imposição de restrições sanitárias às práticas coletivas presenciais por quase dois anos, transformou profundamente as formas de comunicação e vivência comunitária da religião.

Esse quadro indica que analisar o cenário sociopolítico e cultural brasileiro contemporâneo sem considerar o papel das religiões constitui um equívoco analítico. No campo da Comunicação, em particular, torna-se inviável compreender os processos comunicacionais sem reconhecer o lugar ocupado pelas religiões nas dinâmicas das relações humanas. Faz-se, portanto, necessário reafirmar elementos fundamentais para os estudos

em Comunicação e Religiões e corrigir concepções ainda limitadoras que persistem nesse campo da pesquisa.

Por essa razão, este artigo busca oferecer indicativos para a pesquisa nessa interface, com base, fundamentalmente, nos resultados das produções e dos seminários promovidos pelo Grupo de Pesquisa (GP) Comunicação e Religiões da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), desde sua criação, em 2018, até o presente.

Vale destacar os aprendizados em torno de duas importantes referências: (1) o *Dicionário Brasileiro em Comunicação e Religiões* (Cunha e Novaes, 2021), como um relevante produto do GP da Intercom, resultado de quase dois anos de pesquisas conjuntas e debates sobre os principais temas e referenciais dessa interface de estudos com os colegas do Excelsior! – Grupo de Pesquisa em Religião e Cultura da Mídia (Unasp) e do Grupo de Estudos Mídia, Religião e Cultura (Mire); e (2) os anais dos congressos nacionais anuais da Intercom, que oferecem um conjunto de trabalhos sobre os temas prementes que instigam novas e pertinentes abordagens (Intercom, 2025).

Nessas bases, serão oferecidos a seguir três tópicos que representam indicativos para se pavimentar caminhos de pesquisa em Comunicação e Religiões, que levem a possibilidades de resposta aos desafios que a conjuntura do Brasil tem imposto, no século 21, a quem atua em torno dos diversos processos comunicacionais ou, simplesmente, está atento a eles.

1. Novos caminhos a serem trilhados

No início dos estudos em Comunicação e Religião no Brasil (ainda no singular, com foco no cristianismo), nos anos 1970, as pesquisas privilegiavam as igrejas e as mídias (produções em rádio, TV e impressos), e tais ênfases predominaram até o início dos anos 2000, com foco nas mídias digitais emergentes. Contudo, o contexto vivenciado em mais de duas décadas no século 21, como descrito no quadro acima, abriu, pelo menos, três novos caminhos a serem trilhados, descritos nos pontos a seguir.

Primeiramente, a comunicação e religiões além das mídias. Nas primeiras décadas do século 21, um novo caminho tem sido aberto para estudos para além da produção midiática, com pesquisas acerca da recepção de conteúdos e sobre as representações das religiões e religiosidades em mídias religiosas e, também, nas não religiosas (noticiário e produções de entretenimento).

Essas pesquisas inscrevem novas e ricas possibilidades de investigação, para além da clássica compreensão do fenômeno das igrejas nas mídias como produtoras e veiculadoras de mensagens. Nessa linha, são observados e analisados os fenômenos em torno da circulação digital de conteúdo religioso e sobre religiões e religiosidades, além do lugar das mídias não institucionais, das celebridades religiosas nesse processo (padres, pastores e pastoras, artistas, influenciadores digitais), com destaque para a relativização/ressignificação da figura de autoridade.

Em segundo lugar, o “religioso” em circulação. O lugar do religioso, para além das religiões institucionalizadas, na produção e na recepção midiática, é também elemento importante nas reflexões acadêmicas. Certamente, isso envolve os processos de comunicação popular, das diferentes linguagens, das mídias alternativas e aqueles processos que dizem respeito ao face a face, ao presencial, ao relacional.

Em terceiro lugar, a demanda por abordagens plurais. Ainda há lacunas no que diz respeito a abordagens dos processos de comunicação que envolvem as religiões e religiosidades não cristãs no Brasil, em especial quando se toma em conta a ampla produção editorial de grupos espíritas ou as representações das religiões de matriz africana nas mídias de entretenimento, por exemplo.

É fato que o cristianismo é religião majoritária no país, e que são as igrejas que ocupam maior espaço na produção e nas representações midiáticas, mas o traço da diversidade cultural que permeia a interação públicos e mídias ressalta a dimensão do pluralismo religioso brasileiro, processo que merece ser interpretado.

Por isso, é preciso destravar a armadilha da imagem de que o Brasil é um país cristão, ainda presente nas mídias, em especial nas não religiosas. Tal imagem foi construída com a colonização de Portugal e acabou escondendo o mosaico religioso e de crenças que marca o Brasil. Os processos comunicacionais dinâmicos que permeiam esse país plural em suas religiões e religiosidades demandam atenção.

2. Trajetos estimulantes

Esses novos caminhos são significativos para reafirmarmos o projeto que o Grupo de Pesquisa em Comunicação e Religiões da Intercom implementou em parceria com o Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp), no período de 2018 a 2021: a publicação de um *Dicionário Brasileiro em Comunicação e Religiões* (Cunha e Novaes, 2021). Ao serem concebidas as bases desse dicionário, durante quase dois anos, com a realização de seminários sobre os eixos-temáticos em comunicação e religiões, foram estudados pontos importantes que iluminam essa reflexão sobre os novos e necessários caminhos da pesquisa.

Diante disso, cinco pontos podem servir de indicadores para trajetos emergentes, ao mesmo tempo estimulantes, que passam a ser listados aqui neste segundo tópico do ensaio:

- (1) *Religião no plural*. “Religião” deve ser compreendida de forma ampla, no plural, em sua universalidade, levando-se em conta a diversidade de formas particulares, relacionadas a crenças, mitos, ritos e organizações coletivas, dentro de contextos sociais, culturais e históricos específicos. “Religiões” deve ser, portanto, uma das áreas de interação, de troca e construção de saberes que envolvem a comunicação e os processos comunicacionais midiáticos ou não.
- (2) *Religiões e religiosidades são comunicação*. Os processos de comunicação que permeiam as sociedades e interessam a pesquisadoras e pesquisadores interagem com as religiões, que são um sistema comum de crenças social, cultural e historicamente construído a partir de grandes narrativas. Esses sistemas movem a sociedade com força que vai além do que a lógica materializadora diz – além da institucionalidade das religiões – daí as múltiplas religiosidades.

Isso significa levar em conta crenças e práticas e as narrativas criadoras que produzem cultura, modos de ser, de viver, de ver o mundo. A comunicação é a forma de socializar essas narrativas. Portanto, é necessário levar em conta como as pessoas se relacionam com as religiões e o religioso. Para elas “é tudo a mesma coisa. O que conta é o que ajuda” (como canta Gilberto Gil, “Andar com fé eu vou que a fé não costuma faiá”). Daí emergem temas a serem explorados, como o trânsito

religioso, a formação de comunidades religiosas alternativas às tradicionalmente institucionalizadas (presenciais e *online*), a estética das igrejas *cool* (descoladas), a midiaticização da fé, religião digital, a disseminação de desinformação em espaços religiosos, a desinstitucionalização das religiões promovida pelas pessoas sem religião com suas expressões de fé, entre muitos outros (Rocha, 2024; Ribeiro, 2024).

- (3) *A circulação do religioso*. Os pontos anteriores afirmam o quanto “o religioso” circula nos ambientes sociais para além do que é identificado como “religião”, o que exige atenção de pesquisadores e pesquisadoras dos processos comunicacionais. Assim se contribui para derrubar “mitos”, como o de que existe um “voto religioso” nos processos eleitorais (Cunha, 2022) e para superar questões graves, como a da intolerância religiosa, que promove perseguições, cerceamento de liberdades individuais/grupais e violência em diferentes formatos.
- (4) *Religião dominante nas mídias*. A violência e a intolerância religiosas no Brasil se revelam também no discurso das mídias (Fonseca e Adad, 2018). O que ocorre é que a representação das religiões no espaço público midiático nacional reflete, predominantemente, as perspectivas políticas e ideológicas das 11 principais famílias proprietárias de mídias no Brasil, na promoção de um cristianismo conservador por afinidade.

A forma como os grupos religiosos e as diferentes religiosidades são representados ou sub-representados no jornalismo, na publicidade, nas produções de entretenimento, demonstra que a pluralidade religiosa, mesmo no interior do cristianismo hegemônico no país, é fator que parece ser ignorado ou mesmo negado pelas mídias no Brasil.

Prova disso, é que o catolicismo segue sendo compreendido e comunicado como “a verdadeira religião” (expressão de religião dominante) na maior parte dos produtos midiáticos (Cunha, 2016). Ao mesmo tempo, o outro segmento cristão predominante, o evangélico, é reduzido a agrupamentos e lideranças destacadas, com base em teorias da conspiração e uma boa parcela de preconceito (Reis e Cunha, 2024). Já as demais religiões e religiosidades são folclorizadas, como as de matriz africana e as ayuasqueiras; idealizadas, como a judaica e a espírita; e invisibilizadas, como as indígenas, a islâmica, a budista e tantas outras expressões de fé.

É assim que as mídias acabam contribuindo para que Deus, já tomado nas expressões culturais populares do país como “brasileiro”, seja também confessado “cristão”. No entanto, com uma representação específica do cristianismo, a de grupos hegemônicos que ocupam o espaço público, tanto católicos quanto evangélicos impõem um modelo teológico e litúrgico de caráter conservador e demonizam as demais leituras religiosas e expressões de fé.

- (5) *A contribuição socioeducativa das pesquisas*. Essa reflexão faz emergir ainda outros dois elementos quando o assunto é o lugar das mídias nas ações cidadãs. Primeiro, a necessidade de desafiar os processos educativos, especialmente nas universidades (nos cursos de comunicação), para que formem profissionais que levem em conta a pluralidade e a diversidade e que sejam responsáveis com essas questões.

Segundo, que as pesquisas acadêmicas desafiem produtores de conteúdo nas mídias (proprietários de mídias, editores, jornalistas, produtores de conteúdo de

entretenimento) para que tenham responsabilidade no trato desses conteúdos. Há muita ignorância embalada por um imaginário da religião dominante, que acaba por promover violência religiosa nos espaços midiáticos.

Um exemplo é o documentário lançado em 2025, roteirizado e dirigido por Petra Costa, intitulado *Apocalypse nos Trópicos*. O filme aborda a destacada relação entre evangélicos com a política nos últimos anos e é competente na reconstituição da história recente do Brasil. O filme destaca também, com mérito, como os fatos que colocaram o país nos trilhos do extremismo de direita foram alimentados pela instrumentalização da fé cristã, particularmente a evangélica, como estratégia política de convencimento por apoio e manutenção do poder.

Contudo, a qualidade da produção não elimina tropeços na abordagem, que revelam expressões imaginárias da roteirista e diretora. Entre eles, a homogeneização dos evangélicos na figura dos pentecostais; a outorga do papel de porta-voz do segmento para um único pastor; a suposição de que apenas esse segmento religioso apoiou o extremismo de direita; o contraste simplista entre “católicos da Teologia da Libertação” — vistos como redutores — e evangélicos, pintados como vilões; e a exposição da “teologia do domínio” como teoria conspiratória. O resultado apresentou-se mais como desinformação e intolerância do que debate sobre o lugar da fé na esfera pública (Cunha, 2025).

Não é possível concluir, mas indicar

Este ensaio não oferece conclusões, mas indicações de caminhos abertos e de trajetos estimulantes na pesquisa em comunicação e religiões. Os pontos aqui expostos apontam novas e ricas possibilidades de investigação sobre essa interface, para além da clássica e pioneira compreensão do fenômeno das igrejas nas mídias como produtoras e veiculadoras de mensagens.

Novos caminhos de pesquisa se abriram no século 21, face a uma realidade em mutação, que passa pela fragmentação das relações humanas, por uma intensa desinstitucionalização, pelo predomínio da cultura digital e dos processos de mediatização social, entre outras dinâmicas, cujos movimentos devem ser observados, acompanhados, elucidados, levando-se em conta as suas múltiplas nuances.

Referências bibliográficas

BERGER, Peter. A dessecularização do mundo: uma visão global. **Religião e Sociedade**, v. 21, n. 1, pp. 9-23, 2001. Disponível em: <https://religioesociedade.org.br/wp-content/uploads/2021/09/Religioe-e-Sociedade-N21.01-2001.pdf>. Acesso em: 3 dez 2025.

CUNHA, Magali Nascimento. “Apocalypse nos Trópicos faz leitura alegórica e conservadora de Apocalypse”, em **CartaCapital** (Diálogos da Fé), 24 jul 2025. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/dialogos-da-fe/apocalypse-nos-tropicicos-faz-leitura-alegorica-e-conservadora-do-apocalypse-e-dos-evangelicos>. Acesso em 30 set 2025.

CUNHA, Magali Nascimento. “Em 2022, é fundamental afirmar: não existe ‘voto evangélico’”, em **CartaCapital** (Diálogos da Fé), 6 abr 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/dialogos-da-fe/em-2022-e-fundamental-afirmar-nao-existe-voto-evangelico>. Acesso em 30 set 2025.

CUNHA, Magali Nascimento, DE NOVAES, Allan Macedo (orgs.). **Dicionário Brasileiro em Comunicação e Religiões**. Engenheiro Coelho (SP): Unaspress, 2021.

CUNHA, Magali Nascimento. Religiões e a diversidade política e a ideológica. In: RIBEIRO, Claudio de Oliveira (org.). **Diversidade Religiosa e o Princípio Pluralista**. São Paulo: Recriar, 2021, pp. 47-76.

CUNHA, Magali Nascimento. Religião no noticiário: marcas de um imaginário exclusivista no jornalismo brasileiro. **E-Compós**, v. 19, n. 1, pp. 1-21, jan-abr 2016. DOI: doi.org/10.30962/ec.1204. Acesso em: 3 dez 2025.

FONSECA, Alexandre Brasil e ADAD, Clara Jane Costa. Relatório sobre intolerância e violência religiosa no Brasil (2011-2015): resultados preliminares. 147 pp. Ministério dos Direitos Humanos. Brasília (DF): Secretaria Nacional de Direitos Humanos, 2018. <https://bibliotecadigital.mdh.gov.br/jspui/handle/192/1145>. Acesso em: 30 set 2025.

HALL, Stuart. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

INSTITUTO DE ESTUDOS DA RELIGIÃO (ISER). Um Brasil Plural? Reflexões sobre os dados de religião do Censo 2022, v. 1. 98 pp. Rio de Janeiro: ISER, 2025. Disponível em: <https://iser.org.br/publicacao/um-brasil-mais-plural-reflexoes-sobre-os-dados-de-religiao-do-censo-2022/>. Acesso em: 3 dez 2025.

INTERCOM. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em <https://portalintercom.org.br/congresso-nacional/nacional-2025>. Acesso em: 2 dez 2025.

REIS, Livia e CUNHA, Magali Nascimento. “Ninguém é só ‘evangélico’: quem instrumentaliza a fé para fazer política só ganha com essa simplificação”, em **Intercept Brasil**, 27 mar 2024. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2024/03/27/ninguem-e-so-evangelico-quem-instrumentaliza-a-fe-para-fazer-politica-so-ganha-com-essa-simplificacao>. Acesso em 30 set 2025.

RIBEIRO, Claudio de Oliveira. A diversidade dos grupos evangélicos no Brasil e a questão ecumênica. **Paralellus - Revista de Estudos de Religião**, v. 15, n. 37, pp. 655-679, 2024. DOI: [10.25247/paralellus.2024.v15n37.p655-679](https://doi.org/10.25247/paralellus.2024.v15n37.p655-679). Acesso em: 30 set 2025.

ROCHA, Cristina. O “cristianismo descolado”: o complexo industrial da moda-celebridade-megaigrejas. **Debates do NER**, v. 24, n. 45, pp. 1-38, 2024. DOI: [10.22456/1982-8136.143558](https://doi.org/10.22456/1982-8136.143558). Acesso em: 30 set 2025.

Submissão: 9 out 2025	Avaliação: 14 nov 2025	Revisão: 8 dez 2025	Edição: 9 dez 2025	Publicação: 16 dez 2025
-----------------------	------------------------	---------------------	--------------------	-------------------------