

A emergência de uma Indústria Cultural Evangélica

Elisa HOERLLE¹

Resumo

Este artigo faz um preâmbulo sobre o conceito de indústria cultural produzido pelos autores da Escola de Frankfurt, principalmente através da leitura que Theodore Adorno empreende sobre a teoria marxista do capital. Esse referencial teórico é usado para contextualizar uma situação social indeterminada, que corresponde à emergência de uma indústria cultural evangélica, na qual seus atores possuem seus próprio meios de produção e distribuição de bens simbólicos, dispostos para cumprimento de determinadas funções no campo religioso. Não se trata mais de estudar a presença dos evangélicos nos meios de comunicação massivos, que corresponde à *igreja eletrônica*, mas de perceber o surgimento de um setor autônomo às grandes mídias, abrindo passagem para uma *religiosidade midiática*. Nesse ponto alguns empíricos serão trazidos como exemplo de estratégias de segmentação nos produtos culturais ofertados por esta indústria, na qual incidem padronizações e gêneros criados segundo as lógicas do capital, como nos ensinam os autores da teoria crítica.

Palavras-chave: midiatização religiosa; indústria cultural; segmentação

¹ Graduada em Publicidade e Propaganda pela UFRGS; mestranda do PPGCOM da UNISINOS. Contato: <elisahoerlle@gmail.com>