

Contextualização histórica-midiática do início da igreja eletrônica (IE) no Brasil

*Sérgio Carlos Francisco BARBOSA¹
Eduardo Amaral GURGEL²*

Resumo

Ao disputar a preferência dos fiéis, as religiões lançam-se em árdua competição pelo rádio e TV e internet. A disseminação das informações através das mídias eletrônicas têm proporcionado um aumento considerável no alcance de públicos praticamente inatingíveis em outras plataformas. As igrejas cada vez mais usam a tecnologia como ferramenta para disseminar suas ideologias e conceitos. A midiatização das mensagens evangélicas e o auxílio das Igrejas Eletrônicas por vezes vem de encontro aos anseios de pessoas que procuram um canal de socialização sem sequer sair do conforto do lar. Neste panorama cresce a influência da Igreja eletrônica na vida de milhares de pessoas. O presente artigo traça um perfil desta igreja, seus principais “tele-evangelistas” e a relação com os meios de comunicação de massa.

Palavras-chave: Comunicação. Religião. Igreja. Mídia eletrônica.

¹ Sérgio Carlos Francisco Barbosa graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo (1983) cursou Publicidade e Propaganda na UMESP (1982) e Teologia na Faculdade de Teologia da Igreja Metodista no Brasil (1987). Mestre em Ciências da Religião/Sociologia da Religião pela Universidade Metodista de São Paulo (1997) por meio do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião. Atualmente é Professor das Faculdades Adamantinenses Integradas, Editor Responsável pelos jornais HOJE em Adamantina e O Independente (Lucélia-SP), Diretor Regional do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo-SJSP/Regional Oeste Paulista.

² Jornalista graduado pela FAI - Faculdades Adamantinenses Integradas. Pós-graduado em Comunicação Empresarial pela Unitoledo Araçatuba. Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo; Bolsista CAPES. E-mail: xagurgel@yahoo.com.br.