

9. Adiclecio Ferreira Dias

COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO

Comunicação e Religião trata da responsabilidade da comunicação considerando a abordagem dos conceitos de McLuhan (oralidade), da era de Gutemberg (imprensa) e da era de Marconi, (meios eletrônicos e a internet). Com base nesses conceitos a discussão da comunicação de massa como 4º poder diante da sociedade, principalmente sobre a televisão, que se mantém como uma ferramenta forte. O poder da comunicação tem sido ampliado com a inserção de muitos nas redes sociais. Outro foco é na questão economia e como ela se relaciona com a comunicação, sabemos que os proprietários que detém meios de comunicação determinam o editorial de cada local e assim levam a programação a representá-las. Abordamos a questão da religião e sua relação com a comunicação, tendo um foco no uso da televisão. Percebemos que a religião cristão – católica e evangélica está ganhando mais espaço midiáticos, com suas grades de programação para fidelizar seus telespectadores e chamar outros. E dentro desse pensar temos o marketing religioso, que vem sendo exercido por estas religiões com a venda não só de produtos, mas de ideias. O produto gospel tem grande aceitação no mercado, pois vende a ideia da correlação produtos consagrados leva a pessoa para mais perto de Deus. O marketing religioso veio para ficar e não há como negar isso, a preocupação de Cunha, com a qual comungamos é que uma pessoa ao adquirir um bem quer dizer que é abençoada e que tem Deus na sua vida, o que nos leva a Teoria da Prosperidade.