



"Casos de família": um olhar sobre o contexto da disputa "Igreja Universal do Reino de Deus x Igreja Mundial do Poder de Deus" nas mídias [

2012

text (article)

Analítica

A propósito das disputas entre a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Mundial do Poder de Deus no primeiro semestre de 2012, o artigo estuda a dimensão do espetáculo e do mercado cultural religioso nas mídias. Por meio de uma pesquisa exploratória dos principais escândalos e embates envolvendo igrejas e líderes religiosos nas mídias nas últimas décadas, o estudo busca (1) localizar o fenômeno da espetacularização da fé como uma estratégia de marketing, como resposta à concorrência, que inclui a visibilidade também por meio de conflitos; (2) indicar caminhos que instigam a novas investigações

A propósito das disputas entre a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Mundial do Poder de Deus no primeiro semestre de 2012, o artigo estuda a dimensão do espetáculo e do mercado cultural religioso nas mídias. Por meio de uma pesquisa exploratória dos principais escândalos e embates envolvendo igrejas e líderes religiosos nas mídias nas últimas décadas, o estudo busca (1) localizar o fenômeno da espetacularização da fé como uma estratégia de marketing, como resposta à concorrência, que inclui a visibilidade também por meio de conflitos; (2) indicar caminhos que instigam a novas investigações

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzEyNjc0MzI>

Título: "Casos de família": um olhar sobre o contexto da disputa "Igreja Universal do Reino de Deus x Igreja Mundial do Poder de Deus" nas mídias electronic resource]

Editorial: 2012

Tipo Audiovisual: Pentecostalismo mídia marketing da fé espetáculo mercado religioso

Documento fonte: Revista de Estudos da Religião (REVER), ISSN 1677-1222, Vol. 12, Nº. 2, 2012 (Ejemplar dedicado a: Marketing Religioso), pags. 101-110

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos. Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI> | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors. Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI>

Lengua: Portuguese

Enlace a fuente de información: Revista de Estudos da Religião (REVER), ISSN 1677-1222, Vol. 12, Nº. 2, 2012 (Ejemplar dedicado a: Marketing Religioso), pags. 101-110

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es