

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

CLEONEIDE MOURA DO NASCIMENTO

**“FALA QUE EU TE ESCUTO” E O ESPETÁCULO
UNIVERSAL DA FÉ**

**JOÃO PESSOA
2012**

CLEONEIDE MOURA DO NASCIMENTO

**“FALA QUE EU TE ESCUTO” E O ESPETÁCULO
UNIVERSAL DA FÉ**

Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal da Paraíba como requisito para o Exame de Qualificação no programa de Doutorado.

Orientadora: **Elizabeth Christina Andrade de Lima**

**JOÃO PESSOA
2012**

N244f

Nascimento, Cleoneide Moura do.

“Fala que eu te escuto” e o espetáculo universal da fé /
Cleoneide Moura do Nascimento.-- João Pessoa, 2012.
165f. : il.

Orientadora: Elizabeth Christina Andrade de Lima
Tese (Doutorado) – UFPB/CCHLA

1. Sociologia. 2. Mercado religioso. 3. Mídia. 4. IURD.

UFPB/BC

CDU: 316(043)

Cleoneide Moura do Nascimento

“FALA QUE EU TE ESCUTO” E O ESPETÁCULO UNIVERSAL DA FÉ

Tese de doutorado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba como requisito conclusão do doutorado em Sociologia.

Aprovada em: ____de _____de ____.

BANCA EXAMINADORA

Dra. Elizabeth Cristina Andrade de Lima (UFPB/UFCG)
(Orientadora)

Dra. Roberia Nadia Araujo Nascimento (UEPB)
(Examinadora)

Dra. Maria da Conceição Cardoso van Oosterhout (UFCG)
(Examinadora)

Dra. Tereza Cristina Furtado Matos (UFPB)
(Examinadora)

Dr. Adriano de Leon (UFPB)
(Examinador)

Aos meus pais

AGRADECIMENTOS

A professora Elizabeth Cristina Andrade de Lima (Bebete) cujas observações, críticas e leituras atenciosas, realizadas durante o período de orientação permitiram-me reformular com mais precisão esta tese.

Aos professores Adriano de Leon e Arthur Perrusi, pelas críticas e sugestões que fizeram a este trabalho por ocasião do exame de qualificação.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior pela concessão da bolsa de estudo.

A Nancy que sempre se mostrou ser uma ótima funcionária, pela sua compreensão e acolhimento aos alunos.

As professoras Robéria Nadia e Tereza Cristina por sua disposição em participar da banca examinadora desta tese.

A minha mãe Cleomar, ao meu pai Francisco por toda a dedicação, incentivo e esforço que sempre tiveram para comigo e os meus irmãos, nenhuma palavra traduz o meu agradecimento a vocês que ocupam um lugar único em minha vida. Obrigada por tudo.

Por fim agradeço a Rodrigo pela presença constante, pela paciência, pelo amor e carinho durante o período de elaboração da tese.

Assim como você chega a um armazém, compra e paga um produto, você também chega à igreja, compra seu milagre, sua graça, sua cura, sua salvação, e volta tranquilo para casa, feliz e convencido de que fez um bom negócio (GUARESCHI, 1995, p.217).

RESUMO

Esta tese analisa o conteúdo do programa “Fala que eu te escuto”, da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), veiculado, durante toda a semana, nas madrugadas pela Rede RECORD de televisão. Abordamos preferencialmente a dimensão espetacular de seu conteúdo programático, com ênfase especial nos temas escolhidos para cada programa, a partir das reflexões obtidas através do grupo de análise, dos depoimentos e testemunhos dos telespectadores e de consulta à bibliografia especializada. Procuramos analisar a utilização de técnicas midiáticas utilizadas pela IURD no programa e como estas se relacionam na construção do espetáculo religioso. Questionamos até que ponto a dimensão espetacular se constituiu em um dos fatores responsáveis pelo aumento da visibilidade social alcançada pela IURD na sociedade brasileira. Observamos ainda o caráter mercantil da religião, característica esta que apesar de sempre existente na história das religiões, acirrou-se sobremaneira com o advento dos meios eletrônicos. A IURD é pioneira nesta empreitada, e o programa “Fala que eu te escuto” se constitui em um dos principais motivos de sucesso no “mercado religioso”, pois este não só conservou os elementos do espetáculo como os potencializou, tornando o caráter espetacular de seus conteúdos um dos principais sinais diacríticos no universo religioso brasileiro. Nosso objetivo de pesquisa é analisar os conteúdos deste programa e como eles se constituem num contundente instrumento para arregimentar fiéis. Concluimos que a Igreja Universal do Reino de Deus usa o programa para reforçar e sistematizar o seu discurso e também como porta-voz dos posicionamentos dos seus dirigentes, buscando assim, fortalecer os principais pressupostos e dogmas da própria Igreja. Em outras palavras, o programa serve de uma espécie de “vitrine” a apresentar, popularizar e fortalecer a Igreja Universal do Reino de Deus.

Palavras-chave: IURD; Mídia; “Fala que eu te escuto”; mercado religioso.

ABSTRACT

This thesis analyzes the content of the program “Speak I hear you” the Universal Church of the Kingdom of God (IURD), aired in the early morning by Network RECORD. Preferentially approached the size of your spectacular content, from the reflections obtained by the analysis group, the depositions and testimonies from viewers and specialized bibliography. We tried to analyze the use of media techniques used by the IURD in the program and how they relate to the construction of religious spectacle and if this was a spectacular dimension of the main factors responsible for increased social visibility achieved by this religion in the public space. We also observed the commercial character of religion, a characteristic that though always existing in the history of religions was greatly intensified with the advent of electronic media. The IURD took the lead in this endeavor because the program is one of main reasons for success in the “religious market”. Because it not only preserved the elements of show as leveraged, making the spectacular character of the content presented and discussed it a major diacritic in Brazilian religious universe. Our research goal is to analyze the content of this program and how it is a mechanism to rally the faithful. We conclude that the Universal church of the Kingdom of God use the program to strengthen and systematize his speech and as spokesman for the positions of their leaders.

Keywords: IURD; Media; “Speak I hear you”; religious market.

RESUMEN

En esta tesis se analiza el contenido del programa “Habla te escucho”, la Iglesia Universal del Reino de dios (IURD), se emitió en la madrugada por RECORD de la red. Preferencialmente se acreció altamaño de su contenido espectacular, de las reflexiones obtenidas por el grupo de analisis, las declaraciones y testimonios de los espectadores y bibliografias especializada. Hemos tratada de analizar el uso de las técnicas de los médios de comunicación utilizados por la IURD em el programa y como se relacionan com la construcción del espectáculo religioso, y si se trataba de uma dimensión espectacular de los principales factores respponsables de la mayor visibilidad social alcanzado por esta religión en el espacio público. También se observó el carácter comercial de la religi[on, característica que anque siempre existe em la historia de las religioenes se há intensificado em gran medida com la llegada de los médios electrónicos. La IURD tomó la delantera em este esfurzo porque el programa es uma de las razones principales par el êxito en el “mercado religioso”, ya que no sólo conserva los elementos del espectáculo como de apalancamiento, po lo que el carácter espectacular de los contenidos presentados y discutidos es una de las principales los signos diacríticos em el universo religioso brasileño. Nuestra meta de unvestigación es analizar el contenido de este programa y como se trata de um mecanismo para reunira los fieles. Llegamos a la conclusión de que la Iglesia Universal del Reino de Dios usa el programa para fortalecer y sistematizar su discurso y como portavoz de las posiciones de sus lideres.

Palavras clave: IURD; medios de comunicación; “Habla te escucho”; mercado religioso.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Templo da Glória do Novo Israel (RJ).....	53
Figura 02: Escola de <i>Pole Dance</i>	96
Figura 03: Forlan considerado o maior bíceps da América latina	98
Figura 04: Premiação do Campeonato de Fisiculturismo	100
Figura 05: Elisa Samúdio	106
Figura 06: Foto da advogada Mércia Nakashima.....	108
Figura 07: Tom Cruise e Kate Holmes	126
Figura 08: Brad Pitt e Angelina Jolie	126
Figura 09: Demi Moore e Ashton Kutcher	126

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
I CAPÍTULO – CAMINHOS E ABORDAGENS TEÓRICO-METODOLÓGICAS	19
1.1 <i>Itinerário</i>	19
1.2. <i>A IURD e o mercado religioso brasileiro</i>	26
1.3 <i>Relação IURD, mídia e espetáculo</i>	35
1.4. <i>O espetáculo religioso</i>	40
1.5. <i>Itinerário metodológico e universo da pesquisa: a Pesquisa de Campo</i>	44
II CAPÍTULO - A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS, SEU SURGIMENTO E A RELAÇÃO ESTRATÉGICA COM A MÍDIA	52
2.1 <i>Origem e expansão da IURD</i>	52
2.2 <i>Contextualizando a relação entre evangélicos e mídia</i>	63
2.3. <i>A IURD e sua relação com a mídia</i>	67
III CAPÍTULO – O PROGRAMA “FALA QUE EU TE ESCUTO”: UM PROGRAMA A SERVIÇO DE DEUS OU DA IGREJA?	75
IV CAPÍTULO – DESCRIÇÃO DOS PROGRAMAS SELECIONADOS	95
4.1 <i>Programa 01 – Ratos de academia</i>	95
4.1.1 <i>Primeira parte</i>	95
4.1.2 <i>Segunda Parte – Participação dos Telespectadores mediada pelo Bispo Clodomir Santos</i>	102
4.2 <i>Programa 02: Em Nome Da Lei</i>	107
4.3 <i>Programa 03 - Internet um mundo de ilusões</i>	115
4.4 <i>Programa 04 - TOP HITS</i>	122
4.5 <i>Programa 05 – Amores nada convencionais</i>	125
V CAPÍTULO – O PROGRAMA “FALA QUE EU TE ESCUTO”: ESPETÁCULO E CONVERSÃO	131
5.1 <i>Análise de conteúdo do programa “Fala que eu te escuto”</i>	131

<i>5.2. As categorias fundamentais do discurso da IURD presente no Programa “Fala que eu te escuto”</i>	<i>150</i>
---	------------

<i>5.2.1. O proselitismo religioso do programa “Fala que eu te escuto”</i>	<i>151</i>
--	------------

CONSIDERAÇÕES FINAIS	157
-----------------------------	------------

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	162
-----------------------------------	------------

ANEXOS	165
---------------	------------

INTRODUÇÃO

O crescente uso dos meios de comunicação para integrar ideais, afirmar valores, fortalecer posições ideológicas, interesses e instituições é um fenômeno atual da sociedade brasileira. Jornais, revistas, rádios e televisões estão cada vez mais nas mãos de grupos empresariais, políticos e religiosos que disputam seus espaços sociais e se servem da mídia para conquistarem seus objetivos.

De modo geral, nos estudos sobre a relação Neopentecostalismo e mídia a ênfase recai na possível influência dos veículos de comunicação em relação ao crescimento deste grupo, no discurso e posicionamento político que o grupo assume em suas mídias, na proposta de inclusão social ou na concorrência entre igrejas proprietárias de empresas de mídia. Também é crescente o interesse sobre a relação entre evangélicos e televisão, por ser o maior meio de comunicação de nossa época, por envolver cifras astronômicas, pelas imagens fortes e agressivas que as igrejas usam.

Alguns estudos da sociologia da comunicação fala de mídia de modo geral, incluindo aí os vários veículos de comunicação, como a televisão, o rádio e a literatura. Contudo, entre os meios de comunicação, a televisão, sem dúvida, representa o meio mais abrangente, capaz de arrebanhar multidões de espectadores. Nos últimos anos as Igrejas Neopentecostais brasileiras também perceberam a importância do meio eletrônico sobre as massas e investiram intensamente no sermão eletrônico, com o aluguel de horários e compra de canais de TV. Hoje os programas se multiplicam nos diversos canais, sejam pela madrugada ou vespertinos e ocupam até mesmo horários considerados nobres pela televisão brasileira.

Desde o dia 12 de outubro de 1995, após o episódio em que o bispo Von Helder, da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), tocou com o pé uma imagem de gesso de Nossa Senhora Aparecida, em um programa da Rede Record, o Brasil tomou conhecimento de uma acirrada disputa na mídia montada em torno do nome de Deus. Quase todas as religiões fazem dos meios de comunicação um negócio promissor. Entretanto, nenhuma delas valoriza tanto a comunicação como a Igreja Universal do Reino de Deus; a mídia tem um papel fundamental no crescimento desta igreja. No início, em 1977, Edir Macedo, fundador da IURD, começou na Rádio

Metropolitana com um programa de apenas cinco minutos, atingindo em pouco tempo, cinco horas diárias. Aos poucos foi ampliando sua participação nos meios de comunicação até chegar ao lance mais ousado nesta área, quando comprou a Rede Record em 1990.

Portanto, a Igreja Evangélica de maior destaque na TV é a Igreja Universal do Reino de Deus, que além de adquirir desde 1990 a Rede Record, também tem outras duas redes de TV; a Rede Mulher e a Rede Família. Entre seus programas de TV, um dos de maior visibilidade é o programa “Fala que eu te escuto”, veiculado nas madrugadas, objeto desse estudo.

Em nome de Deus as religiões ocupam espaços na mídia, empenhadas em conquistar fiéis para a palavra de Deus, segundo suas respectivas versões. Os evangélicos, geralmente em contraposição a católicos, espíritas e adeptos de religiões afro-brasileiras, todos falando em nome de Deus, utilizam-se dos meios de comunicação para conquistar novos adeptos.

A proposta do estudo em questão tem como intenção compreender quem é a IURD, que forças sociais e teológicas estão na sua retaguarda, quais são as técnicas que seus dirigentes empregam para transformá-la em uma organização tão rica e próspera? Que peculiaridades organizacionais e teológicas se faz presente no programa “Fala que eu te escuto” para torná-lo líder de audiência no horário veiculado?

A IURD poderia ser apenas uma empresa comercial que ávida de lucro utiliza a mídia em programas como o “Fala que eu te escuto” para servir de lenitivo às mazelas sociais? Ou se apropriaria de um discurso religioso para vender ilusões e esperanças? Ou seria uma nova maneira de ser Igreja, sintonizada com os desejos de pessoas pertencentes às camadas sociais mais sujeitas à pobreza, doença, opressão, desemprego, exclusão social e insegurança, em tempos de globalização econômica?

Nos últimos anos têm crescido sobremaneira as pesquisas dentro e fora do Brasil que se propõem a estudar o fenômeno do pentecostalismo e neopentecostalismo brasileiro¹. Entretanto, dada a própria dinamicidade deste fenômeno, há ainda uma grande lacuna a ser preenchida, e por este motivo

¹ ORO, Ari Pedro. et al. **Igreja universal do reino de Deus: os Novos Conquistadores da Fé**. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 365.

compreendemos ser necessário muitos outros estudos ainda, pois diversos aspectos precisam ser melhor explicados, desta forma, nos debruçamos sobre a análise do programa “Fala que eu te escuto”, visto que este consegue alavancar uma audiência considerada fora dos padrões devido ao seu horário de exibição.

A escolha desse tema de pesquisa se deu pela indiscutível audiência desse programa por pessoas não iurdianas ou até mesmo não religiosas. A indagação seria: o que leva uma pessoa a ficar durante a madrugada “presa” em frente à TV vendo um programa que não faz parte, muitas vezes, da sua religião ou valores morais, e se este programa consegue o seu intuito que é o de arregimentação de fieis.

Observamos que os homens e mulheres constroem-se historicamente através do discurso visto como objeto simbólico, desta forma, segundo Orlandi (2001, p. 15),

A Análise de Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive.

A construção discursiva da inclusão e da marginalidade, bem como a ideia de uma religião espetacularizada por outro lado, é considerada uma marca da IURD, visto que em programas como o “Fala que eu te escuto” percebemos claramente estratégias que demonstram que o pertencimento a IURD é um fator de transformação que ocorreu na vida do indivíduo após ele ter se tornado adepto. São, inclusive apresentados no programa muitos testemunhos de pessoas que sofreram essa transformação, essas pessoas narrando suas situações “antes e depois” de pertencer a IURD. As características mostradas na fase “antes” são: depressão, desemprego, crise nos negócios, pobreza, perda de bens, doenças graves, desestruturação familiar, falta de amor e baixa auto-estima.

Em contrapartida, após a conversão, são mostrados os opostos: ao invés da depressão as pessoas afirmam tornarem-se alegres e esperançosas, aqueles que estavam desempregados conseguem um bom emprego ou até tornam-se empresários, os que enfrentavam problemas nos negócios recuperam-se e seus negócios multiplicam-se, acaba-se a pobreza, recuperam-se os bens e obtém ainda mais, as curas, que são características marcantes das igrejas pentecostais, também

aparecem em abundância na IURD e uma das “graças alcançadas” em consequência ao pertencimento a igreja, as famílias se reestruturam ou se formam novas e felizes famílias. A “ordem” vence a “desordem” após a pessoa optar por pertencer a Igreja. Portanto, aquelas pessoas que estão assistindo ao programa tem a nítida impressão que estão falando diretamente a ela.

O programa “Fala que eu te escuto”, apresentado diariamente na madrugada pela Rede Record de Televisão, em rede nacional, projetou no cenário midiático a força do segmento religioso evangélico, que cresce a cada dia. Conforme analisado por Fonseca (2003), este crescimento espantoso representa hoje cerca de 20% da programação televisiva brasileira. Devido a sua presença diária, o programa trouxe visibilidade à denominação responsável pela produção do programa, a IURD, e também deu projeção nacional aos pastores que apresentam o programa.

De acordo com dados publicados no próprio site da IURD o Arca Universal, a audiência do programa “Fala que eu te escuto” varia numa média em torno de 2% a 3%, com picos de 7% a 9% no IBOPE.

Se considerarmos estes números em termos absolutos, pareceria sem grande significação, porém pensando em termos relativos, estes pontos de audiência são bem significativos, dada à própria média da emissora Record, pois sua programação tem em média estes índices de audiência (exceto as novelas e minisséries religiosas), e que para um programa religioso que compete com filmes e programações de outras emissoras mais competitivas estes números tem uma expressiva representação.

Alguns especialistas em comunicação social afirmam que as religiões iniciaram sua participação na televisão e no rádio com o propósito específico de passar ao povo brasileiro a sua espiritualidade. Entretanto, com o passar do tempo encantados com o mundo da comunicação e seus benefícios, concentraram suas preocupações na audiência e no número de adeptos cativados através das ondas sonoras de emissoras radiofônicas e audiovisuais. Missão, proselitismo, estratégia de inclusão social, lógica mercadológica? Diante de nós está uma grande discussão.

O programa “Fala que eu te escuto” é veiculado diariamente ente 1h 15 e 1h 30 com duração média de 1 hora. A programação é sempre dividida da mesma

forma: o primeiro momento é destinado às reportagens², o segundo momento é o mais dramático, pois apresenta os depoimentos e opinião dos indivíduos que estão ali participando³ e por fim temos o momento de oração e despedida com as palavras do bispo. Analisamos que a produção tem cuidado especial com o programa; observamos que a equipe que forma o programa são em sua maioria, profissionais da área de comunicação social, jornalismo, *marketing*, entre outros⁴.

Portanto temos como objetivo geral desta pesquisa: analisar os aspectos que possibilitam compreender como se processa efetivamente as principais características do discurso religioso espetacularizado praticado pela IURD, a partir do programa “Fala que eu te escuto” no uso exaustivo da mídia, como estratégia para arregimentação de fieis.

Para tanto, a tese encontra-se dividida em cinco capítulos. O primeiro capítulo situa a discussão entre pentecostalismo, mídia e a Igreja Universal do Reino de Deus, abordando preferencialmente a dimensão espetacular dessa denominação religiosa. Apresento a importância do espetáculo religioso como lugar de produção e reprodução de valores e significados veiculados através dos símbolos religiosos-midiático. Além disso, apresento uma breve contextualização do pentecostalismo brasileiro, sua origem e expansão. Os caminhos metodológicos percorridos no decorrer da construção desse texto são apontados e descritos, mostrando as dificuldades enfrentados por essa pesquisadora para a escolha dos métodos e técnicas a serem utilizadas.

O segundo capítulo apresenta uma contextualização histórica do surgimento da Igreja Universal do Reino de Deus e sua relação direta com a mídia o que a caracteriza como uma Igreja Eletrônica. Evidencia também a importância da compra a Rede RECOD de televisão como um dos principais mecanismos para fazer dessa denominação religiosa um dos maiores sucessos religiosos e empresariais do Brasil contemporâneo. De acordo com a discussão teórica dos autores da sociologia da religião vemos que a igreja eletrônica é um empreendimento vantajoso não só na sua missão de arregimentar fiéis, visto que, além disso, elas “arrecadam” milhões de reais, através da venda de produtos religiosos.

² Momento de exortação, isto é, convite ao programa. Estas geralmente são bem montadas e articuladas, numa linguagem simples e acessível a qualquer público, recheada de imagens de personalidades e músicas que estão em “moda” no momento.

³ As participações são geralmente por telefone, mas também por *e-mail* e *twitter*.

⁴ Vide quadro em anexo 01.

O terceiro capítulo aborda sobre as interfaces do programa religioso veiculado pela Rede RECORD “Fala que eu te escuto” com a sociedade brasileira, através da análise da dimensão espetacular desse programa. O capítulo enfatiza os aspectos discursivos que apontam para o diálogo que se dá entre a IURD e a sociedade mais ampla através do programa. Este diálogo instaura-se na apresentação e discussão de temas que se constituem problemas sociais de grande relevância e que não são discutidos pelas outras igrejas. A IURD, aproveitando-se desse espaço que não fora ainda ocupado, criou um programa que é um grande sucesso, já que por trazer a tona temas considerados não só polêmicos, mas tabus. Ela prende, fascina, atrai um grande número de pessoas e, se com isso não consegue angariar fieis no mínimo causa curiosidade e coloca o nome da IURD em evidencia.

O quarto capítulo apresenta uma descrição dos programas que foram selecionados para a edição como base para a discussão dos temas abordados no programa pelos participantes do nosso grupo de análise.

O quinto e último capítulo trás uma análise dos temas abordados no programa “Fala que eu te escuto”, através das reflexões propostas pelo nosso grupo de participantes. Para entender a nova configuração que o neopentecostalismo televisivo vem assumindo, analisei os discursos dos participantes do grupo. Além disso, projetei um confronto entre as falas dos participantes do programa e as respostas apresentadas entre os participantes do grupo. A partir disso, tinha como objetivo perceber como se processa o discurso da IURD através do programa? Se é possível um programa televisivo de uma igreja mostrar tal sincretismo e uma relativização que atrai um publico diverso e cativo. As técnicas para a implantação dos dogmas da IURD são realmente absorvidas e reproduzidas pelos telespectadores do programa? O programa que se apresenta como “democrático” e receptivo é uma das mais engenhosas estratégias proselitistas e ao mesmo tempo de reprodução de uma mensagem religiosa que se construiu no Brasil nos últimos tempos? Essa e outras indagações procuramos responder ao longo desta tese.

Por fim, apresentamos as nossas considerações finais trazendo alguns pontos de reflexão e análise a que chegamos. Esperamos que a teoria contida nessa tese sirva à curiosidade acadêmica e que outros estudos sobre essa tendência sejam produzidas com outros vieses e pontos de análise.

I CAPÍTULO – CAMINHOS E ABORDAGENS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

1.1 Itinerário teórico

Algumas publicações que tratam de pentecostalismo e neopentecostalismo no Brasil foram fundamentais para o início e desenvolvimento desta pesquisa. A IURD é uma instituição que tem sido abordada com mais frequência em obras científicas nos últimos tempos, embora ainda haja muitas lacunas sobre o assunto, entre estas podemos citar que existem poucos trabalhos desenvolvendo análises sobre seus programas televisivos.

Sobre o pentecostalismo em geral, podemos destacar as obras de Francisco Cartaxo Rolim: “O Que é Pentecostalismo”⁵, na qual o autor traz uma noção do que vem a ser o fenômeno do pentecostalismo, sem se aprofundar em nenhuma igreja específica, apenas levantando algumas características gerais deste fenômeno, como o “batismo no Espírito Santo” e a glossolalia (falar em línguas estranhas). Do mesmo autor a obra “Pentecostalismo: Brasil e América Latina” na qual faz uma análise aprofundada do fenômeno pentecostal no Brasil e na América Latina, dando ênfase principalmente a Igreja Assembléia de Deus e a Congregação Cristã do Brasil. Partindo do estudo dessas igrejas, Rolim faz comparações com outras denominações pentecostais, inclusive a IURD, especialmente no tocante a sua posição política nas eleições presidenciais, o uso do rádio e da TV, as curas e um breve histórico de seu principal líder, o bispo Edir Macedo.

Dentre as obras principais para tratar do tema, merecem destaque os textos do sociólogo Paul Freston⁶ uma das mais completas análises do campo pentecostal brasileiro e de sua expansão fora do Brasil, este autor elabora uma análise intensa da evolução histórica dos pentecostais e é dele a tipologia mais usada para classificar as fases de implantação e expansão do pentecostalismo no Brasil⁷. A

⁵ ROLIM, Francisco Cartaxo. **O Que é Pentecostalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

⁶ FRESTON, Paul. A Igreja Universal do Reino de Deus e o Campo Protestante no Brasil. In: **Estudos de Religiões**, n 15: Estratégias Religiosas na Sociedade Brasileira. São Bernardo do Campo: UESP, 1998.

⁷ FRESTON, Paul. A Igreja Universal na Ásia. In: ORO, Ari Pedro. et al. **Igreja Universal do reino de Deus: Os Novos Conquistadores da Fé**. São Paulo: Paulinas, 2003.

tipologia elaborada por Paul Freston (1998) está centrada nas fases da expansão pentecostal no Brasil, é preciso observar que este autor utiliza uma nova nomenclatura, isto é, desaparecendo o termo, protestantes históricos e enquadrando-os na denominação de pentecostais clássicos.

Segundo Freston (1998), a história do pentecostalismo no Brasil pode ser apresentada na forma de “três ondas”. A primeira “onda” chegou com o primeiro missionário pentecostal ao Brasil há 94 anos, a partir desse momento, foram criadas centenas de igrejas, tornando este movimento religioso complexo e diversificado. O pentecostalismo clássico abrange as igrejas pioneiras: Congregação Cristã no Brasil e Assembleia de Deus. A Congregação Cristã foi fundada por um italiano em 1910, na capital paulista, e a Assembleia de Deus, por dois suecos, em Belém do Pará, em 1911.

No princípio, este grupo religioso assume uma posição de oposição ferrenha ao catolicismo, apresentando certo radicalismo, sectarismo e ascetismo de rejeição do mundo, visto que, se achavam em situação minoritária e em terreno considerado “inimigo”, já em se tratando de teologia, enfatizaram o dom de línguas (glossolalia), seguindo a ênfase doutrinária primitiva dessa religião. A Congregação Cristã, além de permanecer completamente isolada das demais igrejas e organizações pentecostais, manteve-se mais apegada a certos traços sectários, enquanto a Assembleia de Deus mostrou, sobretudo nas duas últimas décadas, maior disposição para adaptar-se a mudanças em processo no pentecostalismo e na sociedade brasileira.

A segunda “onda” ou grupo de igrejas implantado no Brasil começou na década de 1950, quando dois missionários norte-americanos da *International Church of The Foursquare Gospel* criaram, em São Paulo, a Cruzada Nacional de Evangelização. Por meio dela, iniciaram o evangelismo focado na pregação da cura divina, que atraiu multidões às concentrações evangelísticas na capital paulista e acelerou a expansão do pentecostalismo brasileiro.

Em 1953, fundaram a Igreja do Evangelho Quadrangular no Estado de São Paulo. Utilizando-se do momento propício a expansão e apoiando-se em suas atividades de evangelização, aparece no cenário brasileiro a Igreja Brasil Para Cristo, primeiro no estado de São Paulo no ano de 1955, e logo em seguida a Igreja Deus é Amor, em 1962.

Os fieis da Igreja Evangelho Quadrangular tinham como base teológica à cura divina, sendo esta uma replica de um movimento surgido nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial, isto é, facultar a cura exclusivamente a Deus. Este elemento serviu como estratégia proselitista, além da ênfase na cura, essa vertente pentecostal notabilizou-se pelo intenso uso do rádio e pela pregação itinerante com o emprego de tendas de lona.

A terceira “onda” de expansão do pentecostalismo no Brasil recebeu o nome de Neopentecostalismo e pode ser demarcado no final dos anos 70, contudo este movimento só ganhará força e vigor a partir dos anos 80. A base teológica desse movimento é a ênfase na “guerra espiritual” travada contra o Diabo (explicitado no exorcismo de forças malignas), e na Teologia da Prosperidade que prega a ideia de que fiel deve ser próspero, saudável, feliz e vitorioso em seus empreendimentos terrenos, além disso, rejeitam usos e costumes de santidade pentecostais tradicionais, de símbolos de conversão e pertencimento ao pentecostalismo.

Entre as principais igrejas neopentecostais que representam esta fase podemos elencar: a Igreja Universal do Reino de Deus (1977), a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (1976), Internacional da Graça de Deus (1980) e a Renascer em Cristo (1986) estas foram fundadas por pastores brasileiros e com auxilio da mídia transformaram-se em empreendimentos multinacionais.

Ainda a respeito da expansão do neopentecostalismo no Brasil nos debruçamos sobre as obras de Ari Pedro Oro, que pesquisa sobre o crescimento da IURD dentro e fora do Brasil, enfatizando a sua importância entre as outras igrejas da linha neopentecostal. Segundo este autor a IURD se confirma como uma igreja com grande tendência a se tornar uma das maiores entre o seu segmento e provavelmente entre as protestantes no Brasil. Ainda sobre temas envolvendo a IURD, utilizamos também as obras de Ricardo Mariano⁸. Em suas obras este autor trata, com bastante argúcia, do campo neopentecostal, enfatizando a Igreja Internacional da Graça de Deus e principalmente a IURD, utilizando largamente as fontes da Igreja Universal e analisando também o seu discurso. É um dos primeiros autores a contextualizar o discurso neopentecostal correlacionando com a “Confissão Positiva”. As ideias de Leonildo Campos sobre a IURD não poderiam ser

⁸ MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MARIANO, Ricardo. **O Reino de Prosperidade da Igreja Universal**. In: ORO, Ari Pedro. Op. Cit.

esquecidas, já que foi através deste que apareceram as primeiras relações entre neopentecostalismo e estratégia de marketing, onde podemos visualizar através de seu texto “Teatro, templo e mercado”.

Não podemos esquecer que a IURD é antes de tudo uma instituição religiosa, e para estudarmos uma instituição religiosa espetacularizada, é preciso nos atermos a uma ideia do que seja espetáculo e espetacularização. O principal referencial teórico para esta e outras ideias são Bueno (1978, p.12330) que define o termo etimologicamente, Salinas Fortes (1997) que entende o espetáculo em seu sentido mais lato, como linguagem artística, sublinhando sua condição de veículo de comunicação em que o dizer pode ser pensado como um fazer e vice-versa. Além de outros autores como Ortega & Gasset (1978) que definem espetáculo como presença e potência de visão, ou seja, como algo que se vê. Além disso, utilizaremos a perspectiva de Clifford Geertz (1989) perpetrando uma analogia entre ritual e drama.

Na nossa análise, apresentamos o conceito de “campo religioso”. Buscamos este conceito em Bourdieu e Sanchis. Bourdieu considera o campo religioso como um “locus” de disputa de forças religiosas antagônicas operando “por meio da lógica da inclusão e da exclusão”⁹. Outra característica marcante do campo religioso segundo Bourdieu é a presença de um “mercado de bens de salvação”, onde as instituições disputam entre si o espaço do campo, para tanto, a instituição ou grupo que concorre neste espaço tem de lançar mão de estratégias de legitimação e perpetuação neste campo:

A gestão do depósito de capital religioso (ou sagrado), produto do trabalho religioso acumulado, e o trabalho religioso necessário para garantir a perpetuação deste capital garantindo a conservação ou a restauração do mercado simbólico em que o primeiro se desenvolve, somente podem ser asseguradas por meio de um aparelho de tipo burocrático que seja capaz, como por exemplo a Igreja, de exercer de modo duradouro a ação contínua (ordinária) necessária para assegurar sua própria reprodução ao reproduzir os produtores de bens de salvação e serviços religiosos, a saber, o corpo de sacerdotes, e o mercado oferecido a estes bens, a saber, os leigos (em oposição aos infiéis e aos heréticos) como consumidores dotados de um mínimo de competência religiosa (*habitus religioso*) necessária para sentir a necessidade específica de seus produtos. (BOURDIEU, 2003, 58)

⁹ BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003, p. 30.

Bourdieu (2003) também nos mostra elementos importantes que os grupos religiosos devem fornecer para manter-se no mercado religioso: O capital de autoridade propriamente religiosa de que dispõem uma instância religiosa depende da força material e simbólica dos grupos ou classes que ela pode mobilizar oferecendo-lhes bens e serviços capazes de satisfazer seus interesses religiosos, sendo que a natureza destes bens e serviços depende, por sua vez, do capital de autoridade religiosa de que dispõe levando-se em conta a mediação operada pela posição da instância produtora na estrutura do campo religioso. Estes bens e serviços são, no caso da IURD, a “salvação”, cura, prosperidade e melhora na vida afetiva.

Ainda sobre a ideia de campo, vamos recorrer aos estudos de Sanchis (1995, p. 90) que, a partir de Bourdieu, tentará compreender a realidade religiosa brasileira:

Na sua procura de identidade, o sujeito é confrontado tanto com o pluralismo reinante na sociedade quanto com o pluralismo interno das próprias organizações religiosas. Atravessadas de correntes múltiplas, estas organizações não oferecem uma vitrine com um único produto. Em consequência o indivíduo constrói a sua própria identidade religiosa”.

A perspectiva de abordagem do “discurso” fica a cargo da autora Eni Pulccineli Orlandi¹⁰, já que esta trata do discurso religioso como sendo um discurso autoritário, pois não faz abertura para contestações e forma relações de dominação. De acordo com aquilo que as igrejas cristãs pregam, especialmente a IURD, o discurso religioso veiculado por essas igrejas vem de Deus através das sagradas escrituras, não sendo possível haver contestação de qualquer espécie.

A busca da construção da identidade religiosa pelo indivíduo faz com que ele transite por diversas igrejas ou grupos religiosos. Acreditamos, portanto, que a apropriação que a Universal faz dos símbolos presentes nas outras religiões tem a finalidade de oferecer de imediato os bens simbólicos que os indivíduos procuram e tentar evitar que ela própria seja apenas “mais uma igreja” pela qual o indivíduo transite.

A partir da perspectiva de Orlandi, vamos nos ater ao discurso das lideranças da IURD. Obviamente deveremos detectar as especificidades da IURD no tocante ao tipo de liderança e ao tipo de discurso, especialmente em se tratando do

¹⁰ ORLANDI, Eni Pulcinelli. **A Linguagem e seu Funcionamento**. Campinas: Pontes, 1987.

programa “Fala que eu te escuto”. Não podemos esquecer a contribuição de Bardin (1977), em relação à análise de conteúdo, que fizemos uso para a compreender as falas dos participantes do grupo particular e também dos participantes do programa “Fala que eu te escuto”, em geral.

A liderança mais expressiva da IURD é o bispo Edir Macedo, o autor de uma série de livros doutrinários e de cunho teológico. Em suas pregações é comum Macedo citar exemplos de sua própria vida, fazendo uma prática muito comum entre os neopentecostais a de dar o seu “testemunho”. O testemunho geralmente segue uma sequência, a pessoa narra a sua vida mostrando os inúmeros problemas que existiam antes dela “encontrar Jesus”, ou seja, se converter a IURD; esses problemas são de todo tipo, inclusive envolvimento em crimes. Seguindo no testemunho, as pessoas mostram como “libertaram-se”. Portanto, o testemunho biográfico da principal liderança torna-se fundamental, para que sirva de exemplo aos membros da IURD e aos potenciais fieis, conforme nos lembra Ricci¹¹, ao referir-se a biografias de personalidades históricas:

No entanto, o propósito de escrevê-las (biografias), em geral, era o mesmo: ensinar aos presentes os passos de homens e mulheres que, vivendo em um passado menos civilizado, muitas vezes convivendo com a dura realidade, conseguiram sobressair-se, avultando-se perante os demais.

Dentro da nossa temática, que é a da arregimentação de fieis através de programas religiosos, percebemos que o discurso de inclusão está sempre presente e não ser um “excluído” significa ter uma vida feliz e harmoniosa em todos os campos, principalmente o campo financeiro.

O discurso iurdiano está alinhado com a análise que Macpherson faz do modelo de sociedade que ele chama “sociedade de mercado possessivo”¹². Segundo este autor, neste tipo de sociedade o exercício da posse é o principal elemento que torna o indivíduo um cidadão pleno, pois, segundo esta concepção, só o exercício da posse torna o cidadão totalmente livre, pois, tendo posses, o cidadão não está submisso à vontade de outros. Nas palavras do autor:

¹¹ RICCI, Magda. Como se Faz um Vulto na História do Brasil. In GUAZZELLI, César Augusto Barcellos, PETERSEN, Sílvia Regina Ferraz, et al: **Questões de Teoria e Metodologia da História**. Porto Alegre: Ed. URGs, 1999, p. 154.

¹² MACPHERSON, C.B. **A Teoria Política do Individualismo Possessivo de Hobbes até Locke**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979, p. 15.

Achava-se que o indivíduo é livre na medida em que é proprietário de sua pessoa e de suas capacidades. A essência humana é ser livre da dependência das vontades alheias, e a liberdade existe como exercício da posse (MACPHERSON, 1979, p. 15).

Não é nosso objetivo tratar das transformações históricas do pentecostalismo e do neopentecostalismo no Brasil e da inserção da IURD no campo neopentecostal, bem como da relação que a Igreja mantém com outros grupos religiosos. Contudo, faz premente pelo menos uma discussão breve desses temas.

Segundo Bourdieu (2003), existe um frágil equilíbrio entre as forças religiosas, já que dotadas de diferentes acúmulos de bens simbólicos, é possível enfocar as apropriações feitas pela IURD de um discurso sincrético com a intensão clara de abarcar o maior número de fiéis.

A Igreja Universal mantém uma relação de embate com a maior parte dos grupos religiosos no Brasil, entretanto, seus maiores alvos têm sido as religiões mediúnicas, a estas a IURD dedica um discurso demonizante, este discurso tenta pôr as religiões mediúnicas em um status inferior de magia, por exemplo, nas palavras do bispo Macedo:

O povo brasileiro herdou, das práticas religiosas dos índios nativos e dos escravos oriundos da África, algumas religiões que vieram mais tarde a ser reforçadas com doutrinas espiritualistas, esotéricas e tantas outras que tiveram mestres como Franz Anton Mesmer, Allan Kardec e outros médiuns famosos. Houve, com o decorrer dos séculos, um sincretismo religioso, ou seja, uma mistura curiosa e diabólica de mitologia africana, indígena brasileira, espiritismo e cristianismo que criou ou favoreceu o desenvolvimento de cultos fetichistas como a umbanda, a quimbanda e o candomblé¹³

Esta estratégia de Macedo em dar as religiões mediúnicas o status depreciativo de magia, será aqui estudada a partir da construção da dicotomia religião/magia, no interior do campo religioso, conforme notou Bourdieu:

Desta maneira, costuma-se designar em geral como magia tanto uma religião inferior e antiga, logo primitiva, quanto uma religião inferior e contemporânea, logo, profana (aqui equivalente de vulgar) e profanadora. Assim, a aparição de uma ideologia religiosa tem por efeito relegar os antigos mitos ao estado de magia ou de feitiçaria. Como observa Weber, é a supressão de um culto sob a influência

¹³ MACEDO, Edir. **Orixás, caboclos e guias: deuses ou demônios?** 15 ed., Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 2001, p. 59.

de um poder político ou eclesiástico, em prol de uma outra religião, que, reduzindo os antigos deuses à condição de demônios, deu origem no curso do tempo a oposição entre magia e religião¹⁴.

As considerações de Bourdieu coadunam-se com as características da IURD, tais como seu pragmatismo e sua tendência a colocar-se como “religião de resultados”, por isso, partindo desse pressuposto é imprescindível aqui se fazer uma análise sobre a relação entre a IURD e a ideia de mercado religioso.

1.2 A IURD e o mercado religioso brasileiro

Paul Freston (1993) afirma em seus estudos sobre a expansão do protestantismo no Brasil que para entender a fragmentação das religiões protestantes não se deve ater somente aos motivos teológicos. Esta fragmentação e diferenciação teológica das igrejas brasileira podem ser analisadas através da relação de adequação entre as classes sociais, seus valores éticos e a própria dinâmica de transformação social. Por isso, o que motiva esta segmentação não é somente a teologia, mas as barreiras sociais e com isso as necessidades individuais nascidas a partir de um contexto mercadológico.

Os líderes da IURD nascem do carisma pessoal e do trabalho voluntário, estes – em sua grande maioria – não possuem uma formação intelectual formal, o fator primordial de sua pregação é o emocional. É possível observar que este discurso emocional exerce grande influencia sobre as camadas menos favorecidas economicamente, porém não só com estas. O discurso que apontava o crescimento de igrejas neopentecostais como a IURD somente entre as camadas C, D e E da população brasileira, não está tão acobertado assim, visto que de acordo com dados do ultimo censo do IBGE e do POF, houve um crescimento deste segmento religioso em praticamente todas as camadas sociais.

Ricardo Mariano (2003) e Regina Novaes (2003), analisam a diversidade religiosa pentecostal brasileira a partir das motivações sociais, estes afirmam se

¹⁴ BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

possível fazer uma relação direta entre o pentecostalismo e a pobreza do povo brasileiro, através de uma análise sociológica das emoções religiosas e do mercado religioso.

De acordo com os dados apresentados no último censo do IBGE e do POF¹⁵ sobre o crescimento do protestantismo no Brasil, podemos afirmar que existe uma relação direta entre a expansão numérica dos evangélicos e sua crescente visibilidade social com à ineficiência do Estado em estabelecer políticas públicas sérias e condizentes com a realidade social bem como à crise econômica que impera em nosso país. O cenário político e social do país acabam por corroborar o argumento de uma religiosidade popular e assistencialista que “rouba” o poder das instituições de controle formais, este fato gera uma necessidade imediata por um líder carismático e dispensando assim, o preparo formal dos seminários.

Portanto, podemos concluir que foi a população menos favorecida que “abraçou” este novo jeito de ser igreja, já que estas igrejas buscam a resolução imediata de problemas. O caso da IURD é emblemático neste sentido, já que partindo de uma análise de sua teologia e práticas devocionais, percebemos que o *slogan* “Pare de Sofrer”, serve como estratégia para arregimentação de fieis, visto que, trata-se aqui da “solução de seus problemas”. Por isso, as igrejas pentecostais e neopentecostais tiveram um crescimento maior nos bairros populares, nos grandes centros urbanos, que integraram os seus templos à arquitetura das favelas, das roças, dos subúrbios e dos conjuntos habitacionais populares¹⁶.

Novaes (2003) afirma em seus estudos que não é possível fazer uma abordagem isolada sobre o crescimento do pentecostalismo e do neopentecostalismo no Brasil, pois esta não dá conta da questão, visto que a explicação para esta expansão e fragmentação das igrejas pelo viés exclusivo da pobreza, resultaria na ideia dizer que as igrejas ocupam espaços onde havia um *vazio estatal* e assim, engrossam suas fileiras com novos conversos. Em suas palavras:

Mais uma vez o pentecostalismo acaba sendo explicado pelas ‘faltas’: falta de políticas geradoras de emprego, falta de presença de agências de estado nas áreas mais pobres e conflituadas pela presença do narcotráfico,

¹⁵ Vide em anexo.

¹⁶ FERNANDES, Rúbem. César. Novo Nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política. In: VALLE, Rogério e SARTI, Ingrid (org.). **Nem anjos nem demônios**: interpretações sociológicas do pentecostalismo. Petrópolis: Vozes, 1994.

falta de políticas de segurança pública, falta de sentido da vida e de perspectivas de futuro (NOVAES, 2003, p.106).

Novaes, entre outros, aponta ainda para a existência das mazelas sociais como provocadora de crescimento de alguns segmentos neopentecostais no Brasil, contudo, é preciso ficar atento para outros aspectos que podem ocasionar esta expansão extraordinária que são tão importantes quanto os anteriores e, por isso, merecem ser considerados também.

Portanto, a quantidade e especificidade de fiéis pentecostais e neopentecostais no Brasil deve ser estudada a partir do viés das ofertas e demandas de um mercado religioso múltiplo que atende aos mais diversos interesses desse público. Algumas igrejas assumem que precisam adequar-se à lógica do mercado, vez que suas ambições sociais são elevadas. As igrejas que são orientadas por esta lógica geralmente não têm uma atitude de cooperação com outras igrejas, situam-nas em um contexto de competição e optam pela profissionalização dos membros que compõe a estrutura hierárquica¹⁷. A situação é inversa quando se trata dos pastores, segundo Fonseca (1997), destes não se exigem uma profissionalização do tipo dada nos seminários das igrejas evangélicas históricas.

Podem ser encontrados pelo Brasil afora templos de igrejas evangélicas uns ao lado dos outros, ruas pequenas com cinco ou mais templos de denominações diferentes. Nestes casos, não se conclui que essas igrejas estejam juntas atendendo às demandas locais, na verdade, competem entre si pela adesão dos moradores mediante a realização de eventos e propagandas e promovem um ministério independente das outras igrejas que estão ao redor. Disputa o público alvo, os bens simbólicos, os espaços na mídia, a notoriedade dos seus líderes, o estabelecimento dos usos e costumes, e outros itens que caracterizam o universo dos evangélicos brasileiros.

A IURD, atendendo as necessidades do mercado religioso implantou em seus templos sólidas estruturas empresariais, assim, de acordo com as atividades comerciais que desenvolvem e os resultados que alcançam, ela é bem sucedida em

¹⁷ Contratam profissionais para áreas, como marketing, comunicação, contabilidade e outras, que tenham a ver com a estrutura empresarial montada.

suas empreitadas religiosas e também nas questões comerciais. Esta possui uma estrutura hierárquica verticalizada centrada na figura do líder carismático e utiliza amplamente a mídia¹⁸. A maneira como esse grupo é conduzido por seus líderes conjuga os três tipos de liderança descritos por Weber — liderança legal, tradicional e carismática. Com uma ênfase na pessoa do líder carismático.

A mobilidade dos indivíduos pelas religiões brasileiras é notável. Muda-se de religião, bem como se pratica e se identifica com mais de uma, dependendo das circunstâncias. A reconhecida proliferação de Igrejas Evangélicas no Brasil está intrinsecamente relacionada à diminuição do rebanho católico e a investidas constantes dos evangélicos para conduzir adeptos dos cultos afro-brasileiros à conversão¹⁹.

Esse trânsito religioso no Brasil faz com que se reconheça a existência de regras do mercado, competições que assediam aos indivíduos para que se tornem consumidores de religiões que são postas como produtos. Prandi e Pierucci (1996) observam como hoje se pode identificar o mercado religioso a partir da percepção de que se paga pelos serviços da religião. Especificamente refere-se às religiões afro-brasileiras, pentecostais e as neopentecostais. Estes autores apontam com certa desconfiança para os grupos religiosos que se mantêm através do levantamento de fundos. De acordo com a perspectiva desses autores, os neopentecostais baseados na *teologia da prosperidade* levam os fiéis a entenderem que o crescimento financeiro é algo que deva ser buscado e que a ajuda de Deus está condicionada à fé do indivíduo, manifesta nas ofertas entregues à igreja. Em outros termos, paga-se hoje pelo progresso de amanhã, antes da bênção, o sacrifício. Segundo Prandi e Pierucci (1996) estas são expressões de uma religião paga e submissa à uma lógica de mercado, que oferece serviços e produtos escassos a um preço alto.

¹⁸ Voltaremos ao tema com mais abrangência no próximo capítulo.

¹⁹ Hoje no Brasil, nas igrejas evangélicas, é comum o trânsito dos fiéis de uma denominação para outra. As estatísticas registram que tem havido muitas conversões. Porém, uma outra forma de crescimento numérico de igrejas tem a ver com recepção de pessoas que vieram de outras denominações. Sentindo-se cortejado por outros grupos evangélicos, o crente fiel estabelece comparações, e se algo não lhe agrada no grupo de origem, ou o encanta em outro grupo, pode significar o seu trânsito entre denominações. Muito se fala nos trabalhos científicos sobre o crescimento dos pentecostais no Brasil, e como isso significa a diminuição do rebanho católico. É preciso verificar em que medida o crescimento pentecostal atinge as igrejas evangélicas chamadas históricas.

Em suma, a disputa pela clientela resulta em fragmentações, em constantes inovações de métodos e investimentos em propaganda e marketing. Discussões ecumênicas ou de ordem teológica são eliminadas neste contexto de conflito e disputa. Aliás, os grupos neopentecostais brasileiros pouco lembram os reformadores na defesa dos pressupostos teológicos que privilegiavam a questão da liberdade religiosa. Respondendo às reclamações dos evangélicos quanto a liberdade de culto no Brasil, os autores sugerem que o que falta é um mínimo de regulação por parte do Estado, vez que neopentecostais exercem práticas que mais lembram o mercado do que propriamente a disputa meramente religiosa.

As religiões no Brasil têm regalias no que se refere a compromissos com o Estado que as demais organizações da sociedade não têm. Prandi e Pierucci (1996) investigam se não é possível grupos empresariais com objetivos comerciais e financeiros usarem registros que os coloquem na condição de igrejas, para circularem bens simbólicos e receberem em troca bens econômicos. Contrastam que a noção de liberdade religiosa está intimamente ligada com a de mercado religioso. Se a religião participa do mercado, que seja tratada como as demais participantes: com direito a expressão e dever de submeter-se a regulamentações do Estado. O que é posto em questão são os grupos interessados na mercantilização religiosa, que ora se apresentam como igreja, ora se comportam como empresas.

Alves (1982) aponta que os grupos religiosos pentecostais que têm como principal atrativo as reuniões de cura divina, devem ser encarados como empresas e não como igrejas. No lugar do fiel está o cliente, no lugar da comunidade estão os indivíduos consumidores de bens religiosos, que não se comportam como membros de igreja e preferem transitar pelos circuitos nos quais a oferta de cura e milagres se verificam.

Bens espirituais ofertados em caráter de competição são efetivamente comercializados. Recursos são aplicados a fim de divulgar eventos e oferecer o produto que, neste caso, é a cura divina. Quem oferece esses bens espirituais e quem os consome estabelecem uma relação típica de mercado, que se mantém enquanto ambas as partes estiverem satisfeitas. Clientes insatisfeitos procuram outros fornecedores. Investidores insatisfeitos migram para outros mercados.

Desta forma temos a lógica de mercado. Leonildo de Campos (1997) em sua tese de doutorado elaborou uma análise sobre a Igreja Universal do Reino de Deus como exemplo da mercantilização do sagrado. De acordo com Campos (1997), a

mídia tem avaliado as práticas desse grupo religioso como atividades mais comerciais do que propriamente religiosas. A sistemática cobertura jornalística em tom de denúncia realizada pelas Empresas Globo de Comunicação e outros grupos empresariais com interesses no mercado das comunicações, teve no final do ano de 1989 o seu auge. Exatamente neste período foi divulgado que a Igreja Universal do Reino de Deus estava em processo de compra da Rede Record de televisão. Campos (1997) sugere que ficou assim caracterizado o incômodo que a Igreja Universal do Reino de Deus causa nas empresas de comunicação — disputa de mercado — e nas igrejas evangélicas chamadas históricas — disputa religiosa.

Tanto os rivais comerciais quanto os religiosos fizeram uso da distinção entre igreja e seita para desmerecer o potencial religioso-comercial da Igreja Universal do Reino de Deus.

Campos (1997), alerta para o perigo da estigmatização desta igreja ao identificá-la exclusivamente à mercantilização da religião, chamando a atenção para a existência de uma guerra ideológica voltada para a desqualificação de qualquer grupo que possa vir a ser um obstáculo aos interesses de empresas de comunicação.

Guerra (2003), atenta para a semelhança de produtos religiosos que são ofertados aos fieis de diferentes denominações religiosas e ao mesmo tempo a dupla pressão exercida sobre estes bens simbólicos ofertados:

Uma no sentido da assemelhação e outra no sentido da diferenciação. A proposta de religiosidade tem que ser parecida com as concorrentes nos elementos que fazem sucesso no mercado e, ao mesmo tempo, pelo menos marginalmente, diferente”. (GUERRA, 2003, p. 9 e 11.)

A pesquisadora Magali do Nascimento Cunha (2004, p, 51), em sua análise sobre o pentecostalismo em geral e a IURD em particular comenta que estas igrejas se destacam pelo investimento no mercado religioso “através da montagem de redes de comunicação, com destaque para a televisão, rádio, editoras e gravadoras,” como a Gospel Records da Renascer e a Line Records da IURD e em muitos casos se apropriam de símbolos e práticas de outras religiões de forma ressignificada com meio de proselitismo religioso.

O bispo Edir Macedo, utilizando de um planejamento estratégico de marketing, mesmo que de forma empírica transformou a IURD no maior estabelecimento neopentecostal brasileiro. Campos (1997, p. 1999) aponta para esse empreendimento em particular mostrando que “as religiões fazem sucesso quando tentam se adequar às necessidades e desejos de um público alvo”, portanto é primário falar que “a religião usa as leis do mercado para vender a sua mercadoria”, contudo, é preciso observar que “ela mesma se submeteu àquelas leis e se transformou numa mercadoria também vendável no mercado”. A submissão da religião aos interesses dos consumidores, fenômeno a nosso ver essencial para se entender o neopentecostalismo, traz de volta as discussões sobre a interioridade das pessoas, suas fantasias, desejos e sonhos, matéria-prima que sempre ligou magia e religiosidade popular.

De acordo com Guerra (2003, p, 01):

A lógica mercadológica em que a esfera da religião opera, produz o aumento da importância das necessidades e desejos das pessoas na definição dos modelos de práticas e discursos religiosos a serem oferecidos no mercado, ao mesmo tempo que demanda das organizações religiosas maior flexibilidade em termos de mudança de seus "produtos" no sentido de adequá-los da melhor maneira possível para a satisfação da demanda religiosa dos indivíduos.

Enquanto Guerra (2003) fala sobre os efeitos da secularização e da demanda do mercado religioso, Mariano (2003) reforça o aspecto da oferta. Segundo este, as organizações religiosas procuram,

Como forma de atrair clientela e recrutar novos adeptos, conquistar novos nichos de mercado, especializando-se na oferta de produtos e serviços adaptados aos interesses e preferências específicos de determinados estratos sociais (Mariano, 2003, p. 115.).

Maria Lúcia Montes (2000) e Antonio Gouveia Mendonça (1992) afirmam que o “sucesso empreendedorístico” das igrejas neopentecostais está na eficácia destas em relação ao processo de adaptação ao mercado para atender as necessidades pessoais e aos serviços que podem ser oferecidos como forma de cura para os males tanto sociais, como econômicos e psíquicos.

Peter Berger (1985) já havia feito alusão a essa ideia de que os grupos religiosos devem adequar-se as necessidades e demandas sociais, causados pelas transformações próprias da sociedade e advindas com a consolidação de uma sociedade globalizada, esse fato ele denomina de *pluralismo religioso* e a necessidade

muito simplesmente, que os grupos religiosos se transformam de monopólios em agências mercantis competitivas [...]. Agora os grupos religiosos devem organizar-se para cortejar uma população de consumidores em competição com outros grupos que têm o mesmo propósito. De imediato a questão dos “resultados” adquire importância (Berger, 1985, p. 149).

A IURD entre as igrejas neopentecostais brasileiras pode ser considerada o maior exemplo de adequação de cultos e bens simbólicos oferecidos aos seus clientes, já que a análise de seu *marketing evangélico* pode ser feita a partir de contextos *ampliados*, onde se incluem todas as expressões religiosas internacionais ou brasileiras, ou mesmo a partir do mercado religioso cristão em geral; ou pensando em um *segmento específico*, como o neopentecostalismo. A IURD acaba por se posicionar no mercado religioso brasileiro deferentemente de outras igrejas do mesmo segmento neopentecostal. Esta trabalha com formas distintas de discurso para arregimentar fieis, se sua competição por prosélitos está centrada em católicos “perdidos” nesta sociedade “impiedosa” seu discurso é mais centrado nas propostas de inclusão social, se procura, por outro lado, atingir os pentecostais ou neopentecostais seu discurso é mais incisivo em relação a conquista de bens materiais e curas de problemas sofridos pelo futuro fiel, mas se a “competição e disputa por fieis” é com as religiões afro-brasileiras, vemos um discurso reparador, onde a ideia central é livrar-se de encostos e demônios.

A IURD desponta no mercado religioso neopentecostal brasileiro como a líder tanto por estatísticas²⁰ como por representar, em um imaginário social, uma espécie de *sinônimo* de igreja neopentecostal.

²⁰ Em relação aos dados estatísticos que ratificam a liderança da IURD em relação às outras igrejas neopentecostais podem ser encontrados no Novo Mapa das Religiões (2011), coordenado por Marcelo Néri, no Atlas da Filiação Religiosa (2003), e nos dados do Censo de 2010, visto no site do IBGE. Artigos como o de Antoniazzi (2004) e o de Galindo (2009) também trazem contribuições. No de Antoniazzi, as pentecostais citadas são Assembleia de Deus, Congregação Cristã do Brasil, IURD, Evangelho Quadrangular e Deus é Amor. A IURD, em relação às pentecostais, ocupa a terceira

Guareschi (1995), em seus estudos da mesma forma que as pessoas associam *fast food* ao *Mc Donald's*, estas associam a IURD com o seu líder Edir Macedo ou com o neopentecostalismo. Por isso, Guareschi (1995) afirma que devido a este pressuposto surgiu o conceito de “*Mc Donaldização da fé*” para tratar de um contexto de mercadorização que pode ser evidenciado através de um sistema “*drive-thru*” de rápido atendimento de demandas²¹, este fato também faz referencia a ideia de “supermercados da fé”, já que:

Assim como você chega a um armazém, compra e paga um produto, você também chega à igreja, compra seu milagre, sua graça, sua cura, sua salvação, e volta tranquilo para casa, feliz e convencido de que fez um bom negócio (GUARESCHI, 1995, p.217).

A partir dessa ideia apresentada por Guareschi (1995), podemos chegar a conclusão que para o fiel conseguir suprir suas necessidades pessoais ele deve dispor de tempo e dinheiro, através da compra de produtos e serviços, ou contribuindo em forma de dízimos e ofertas, todo esse processo nos leva a pensar no pressuposto Maussiano da reciprocidade. Guareschi faz uma clara associação entre “A teologia da prosperidade e a reciprocidade” que podem ser observadas a partir da seguinte formulação:

Inseridos numa sociedade capitalista, os fiéis passam a assimilar o discurso capitalista, até mesmo com relação ao sagrado. Os pregadores apresentam os assuntos religiosos dentro do referencial simbólico do mercado, levando as pessoas à conclusão de que o dinheiro é um meio eficaz para se conseguir bens espirituais como a paz, felicidade, conforto espiritual, alegria, etc., numa espécie de transação simbólica estabelecida com Deus, através da igreja. (GUARESCHI, 1995, p. 217-218.)

posição, mesmo sendo bem mais recente que as demais. É a única neopentecostal da lista, e assim, a primeira deste segmento a ocupar a mente dos recenseados. Este dado também é percebido no censo feito pela FGV, de 2011, onde a IURD desponta como a neopentecostal mais lembrada pelas pessoas pesquisadas. Um dado interessante levantado nesta pesquisa é a predominância, na IURD, do público feminino em detrimento do masculino (NÉRI, 2011, p. 20).

²¹ Alguns autores têm tratado da mercadorização da fé a partir da ‘*mc donaldização*’ e da ‘*religião fast food*’. Dentre estes, destaco Luis Alexandre Solano Rossi (2011), Luiz Mauro Sá Martino (2003) e Eduardo Guilherme de Moura Paegle (2008). Estes estudos reverberam conceitos como o de *mc donaldização* da sociedade, de George Ritzer (1993, 2008), onde ele reelabora o conceito de racionalidade e pensa numa sociedade modelada a partir dum paradigma onde o *fast food* representa eficiência, quantificação, controle e previsibilidade.

Como observação final, cabe frisar que as várias motivações aqui abordadas em relação ao mercado religioso brasileiro e a relação da IURD com este, não são excludentes. A IURD utiliza uma determinada situação e de uma estratégia teológica para enfatizar os problemas sociais e o descuido do Estado em resolvê-los e, com isso ainda pode fazer uso de uma pregação mais intimista, visando os problemas emocionais e pessoais do fiel potencial, busca uma solução para a cura de uma enfermidade do corpo ou da alma. Enfim, estas estratégias de arregimentação de fiéis devem condizer com o meio e com a demanda dos fiéis. É importante concluir que essas estratégias de marketing para fins de prosélitos aglutinou um grande aliado ao longo da sua existência, a mídia.

1.3 Relação IURD, mídia e espetáculo

Se o nosso objeto de estudo é a relação da IURD com a mídia, a partir do programa “Fala que eu te escuto” e como ela elabora estratégias de arregimentação de fiéis, acredito ser necessário esclarecer os conceitos utilizados por nós.

Embora recorrente na literatura sociológica e antropológica, em termos de referências, a dimensão espetacular do programa “Fala que eu te escuto” não foi objeto de nenhum estudo específico até o momento da elaboração desta tese. Em alguns estudos presente no meio acadêmico sobre a IURD, evidencia-se a questão do mercado religioso, a sua relação com a mídia, o seu surgimento e expansão. Contudo, sem desmerecer estes trabalhos e utilizando-os como arcabouço teórico, este trabalho propõe um avanço na compreensão do tema, reconhecendo a dimensão espetacular do programa pelas suas dimensões de sua ritualística: verbal, musical, estética, lúdica e performática.

Por conseguinte, é importante esclarecer, desde já, o sentido em que o termo espetáculo será utilizado ao longo deste trabalho para se referir ao programa “Fala que eu te escuto”. Compreendemos o espetáculo em seu sentido mais lato, isto é, como linguagem artística, sublinhando sua condição de veículo de comunicação em que o dizer pode ser pensado como um fazer e vice-versa:

Nesse aspecto os espetáculos parecem se prestar de maneira exemplar à função paradigmática. Não são eles, afinal, não apenas a

conjugação das duas formas de linguagem – a linguagem da voz e a do gesto – e, portanto, o veículo de comunicação mais poderoso, mas, mais do que isso, não contém eles na sua própria estrutura essencial as duas faces de toda manifestação? Não há de fato espetáculo sem a presença simultânea, no seu evoluir, do dizer e do fazer, do representar e do agir, do dissimular e do revelar. (FORTES, 1997, p.32).

Bueno (1968, p, 1223) define o sentido que o termo espetáculo engendra, para este a palavra espetáculo vem do latim *spectaculum* e significa “Representação teatral. Tudo o que atrai a atenção e desperta a curiosidade visual” (Bueno, 1968, p.1233). Desta forma, temos como derivações do termo, as palavras, espetacular e espetaculoso que significam admirável, digno de ser visto; espetaculosidade, qualidade do que é espetacular. São nesses sentidos que este termo é utilizado nessa tese para caracterizar as estratégias empregas pela IURD através do programa “Fala que eu te escuto” para atrair pessoas dos mais variados credos e valores.

Outros autores que também fazem alusão ao termo espetáculo, entre eles podemos analisar a definição de Ortega e Gasset (1978, p. 46), este define “espetáculo como presença e potência de visão, ou seja, é algo que se vê”. E, precisamente neste ponto, o autor estabelece a diferença substantiva entre artes de cena e artes de representação. No primeiro tipo o visto é realidade, enquanto no segundo, é um mundo imaginário oferecendo “realidades que têm a condição de apresentar-nos em lugar delas mesmas outras, distintas”. Quais seriam então as relações entre o espetáculo religioso e os programas veiculados pela televisão?

Uma resposta possível a essa questão deve levar em consideração as relações da religião com a mídia, os neopentecostais perceberam a algum tempo que a mídia televisiva se configuraria em ótima oportunidade de se conseguir fieis. Só não sabiam ainda como. Contudo, foi a partir ou inspirados nos dramas representados pelas novelas que atraem milhões de telespectadores que eles começaram sua empreitada em busca do “espetáculo da fé”. Ao analisarmos o sentido do drama no campo do sagrado, a ideia de representação ganha um novo sentido que não se limita às ideias de aparência ou imaginação. A representação sagrada é uma realização mística. Através dela o sagrado deixa de ser algo invisível e inefável e passa adquirir uma forma bela e real. O ato objetiva uma ordem de

coisas mais elevadas do que aquela que compartilhamos cotidianamente.

Ao relacionarmos o termo espetáculo religioso com a ideia de drama, “o drama da vida real”, podemos encontrar respaldo para essas ideias, na analogia entre ritual e drama proposta por Clifford Geertz (1989). O espetáculo religioso é aqui definido como a manifestação estética, visual e performática dos rituais que utilizam ações expressivas para comunicar conteúdos religiosos diante de um público. A partir dessa definição, buscamos os vínculos indissociáveis existentes entre o espetáculo religioso da IURD e o espetacular programa “Fala que eu te escuto”, tendo em vista que não se pode falar do primeiro sem levar em consideração as características do segundo. Nossa ênfase é a análise do programa espetáculo como meio de comunicação, relacionando-o à função proselitista da Igreja. Para tanto, partimos do pressuposto de que o programa espetáculo pode ser considerado como uma instância produtora e reprodutora de significados, de discursos, tanto para os atores sociais que o integram como para os telespectadores-participantes e para as pessoas que participaram de nosso grupo.

Se fizermos uma pesquisa histórica profunda, verificaremos que a religião sempre foi uma grande produtora de espetáculos. O que dizer dos grandes heróis bíblicos retratados em todo o seu drama? O que dizer de Davi, um simples pastor de ovelhas que consegue sozinho derrotar o mais feroz guerreiro inimigo, não qualquer guerreiro, mas sim um gigante infame? As religiões sempre fizeram uso de mitos e alegorias espetaculares para convencer os seus crédulos fieis, os livros sagrados, fundamentadas na doutrina, a palavra escrita e oral, fazem parte desse arcabouço, porém é preciso lembrar aquelas religiões ou crenças que utilizam outras expressões religiosas, tais como os gestos, os cânticos, as músicas e louvores, a dança, elementos privilegiados de comunicação com o sagrado.

Os rituais também são produtores de imagens, imagens que funcionam como símbolos, através dos quais coisas são concebidas, lembradas e consideradas. A imagem barroca do Cristo crucificado, exibindo o corpo ensanguentado, perfurado, com a cabeça encravada por uma coroa de espinhos, suspenso em uma cruz, é sem dúvida uma das imagens mais espetaculares de natureza religiosa que se transformou na imagem símbolo do catolicismo. Muitas vezes as imagens funcionam como metáforas;

elas não apenas são capazes de conotar as coisas das quais a nossa experiência sensorial originalmente as derivou e talvez, pela

lei de associação, o contexto no qual foram derivadas (...), mas apresentam também uma tendência inalienável para “significar” coisas que têm apenas uma analogia lógica com seus significados primários (LANGER, 1989, p.150).

Desta forma podemos claramente definir o programa “Fala que eu te escuto” como um ritual, o conteúdo das suas ações é comunicado através da representação dramática dos conteúdos de suas reportagens, das músicas utilizadas, da participação do público, da oração com o copo d’água, da mensagem do Bispo Macedo, etc. As performances ritualísticas que o acompanham têm existência como espetáculo. Nesse sentido, o palco ou *set* de filmagem pode ser visto como um espaço de representação sensível do sagrado e, ao mesmo tempo a via para o seu acesso que o programa encena (MONTES, 2000, p.156).

A tese explora os sentidos do termo espetáculo, apresentando a pluralidade de planos e recursos que ele coloca à disposição do homem em sua relação com o sagrado, enquanto expressão estética e social. Pergunta-se: O que se mostra no programa? O que se vê por parte dos telespectadores leigos? O que esse programa espetáculo quer comunicar? Quais os significados implícitos e explícitos eles buscam atingir através de suas enquetes? Qual a importância do que não se vê na construção do imaginário valorativo dos indivíduos? Portanto, vemos que o espetáculo religioso, bem como todo espetáculo, “são fatos culturais condicionados pelo contexto social dentro do qual se produzem”. (Fortes, 1997, p.156).

As décadas de 70 e 80 constituíram-se como marcos para a expansão não só do protestantismo histórico, mas das demais denominações protestantes, enfatizando as religiões pentecostais e neopentecostais. De acordo com pensamento de Prandi (1991, p. 36), as religiões brasileiras não estão circunscritas ao campo das relações religiosas, elas interagem com todos os órgãos do Estado, já que em casos como o da IURD chega a se aproveitar das lacunas deixadas pela ingerência desse Estado, por isso nas palavras do autor:

As instituições religiosas se expandem também pelo tecido social: reproduzem a lógica do campo econômico, alimentando mercados musicais e turísticos, penetram na indústria do entretenimento, modelam padrões de moralidade e sociabilidade, promovem políticas sociais e campanhas nos setores de educação, saúde, trabalho etc. (Prandi, 1991, p. 36)

O problema em questão refere-se à análise do reconhecimento e ao uso desta dimensão espetacular do programa e a da própria IURD por agentes internos e externos a essa religião. As relações da IURD e do programa com diversos setores sociais, a exemplo do Estado, da mídia e da política, não foram verticalizadas ou simplesmente impostas de fora para dentro. Delineou-se um quadro envolvendo negociações, concessões, omissões, alianças e compreensões diferenciadas por parte dos representantes da IURD sobre o lugar da tradição religiosa nesse jogo de interesses.

É importante esclarecer desde já que não pretendemos analisar toda uma rede de relações estabelecidas entre o programa “Fala que eu te escuto” ou mesmo da IURD e a sociedade brasileira e que culminou no seu reconhecimento como um dos símbolos nacionais. Percebemos que a espetacularização é um elemento indissociável da história dessa religião, do seu esforço de fazer-se reconhecer como uma expressão legítima no interior do universo religioso brasileiro, de sair da marginalidade que lhe foi imposta em busca de reconhecimento social.

Nesse movimento em busca de reconhecimento social, a dimensão espetacular dos programas religiosos de televisão se apresenta como porta de entrada para formação de uma rede mais ampla de comunicação. A presença e a participação dos grupos de evangélicos e televangelistas em eventos e espaços públicos tornaram-se um dos principais meios de expansão e de divulgação do neopentecostalismo no Brasil, contribuindo para a construção da sua identidade religiosa. Na construção dessa nova identidade, vários interesses entraram em jogo: supressão do preconceito em relação aos evangélicos e neoevangélicos (por estes serem em menor número em relação aos católicos), reconhecimento social, construção do prestígio de líderes religioso, interesses políticos, entre outros.

A dimensão espetacular de seus programas televisivos constituiu um dos principais fatores responsáveis pelo aumento da visibilidade social alcançada por essa religião no espaço público, colaborando para a quebra da invisibilidade e do anonimato, impostos inicialmente às religiões que se contrapunham ao catolicismo.

A IURD não só conservou os elementos do espetáculo como os potencializou, tornando o caráter espetacular de rituais como “Terapia do Amor”, “Reunião com Empresários”, um dos seus principais sinais diacríticos no universo religioso brasileiro. Este foi o primeiro passo para tornar-se conhecida e depois apostar forte em programas televisivos. Os líderes iurdianos souberam usar a seu favor o poder

de atração de seus cultos, seja para se contrapor ou para estabelecer diálogos e alianças com os segmentos mais populares, bem como as classes que insistiam em subjugar-los.

1.4 O espetáculo religioso

O espetáculo religioso, como todo espetáculo, possui algumas dimensões – estética, lúdica e dramática – que o integram e o caracterizam. Nesta tese nos propomos a abordar cada uma dessas dimensões separadamente por questão meramente metodológica, uma vez que o programa “Fala que eu te escuto” é aqui percebido como um fato social total nos termos como essa categoria de análise foi definida por Mauss (2003).

A estrutura ritual do programa não estabelece uma separação entre os pastores apresentadores do programa e os telespectadores, a ideia é exatamente o contrário, o programa procura fazer com que o telespectador pense, veja e sinta como se o Pastor estivesse direcionando sua fala diretamente a ele, já que o público do programa pode ser caracterizado como um dos mais heterogêneos, tanto em seus interesses quanto em suas expectativas. Tomemos como exemplo os telespectadores do programa intitulado “Ratos de academia”, em seus 25 minutos dedicados a participação dos telespectadores, estes se mostraram em grande maioria contra as pessoas que tentavam vencer suas frustrações íntimas através do uso exagerado da malhação. Outros se mostravam confusos, ao mesmo tempo em que concordava que o excesso era danoso, defendiam a ideia de que hoje precisamos nos exercitar, como forma de mantermos uma boa saúde. Esses relatos mostram a diversidade e heterogeneidade de opiniões sobre o tema, reflexo da própria diversidade dos que assistem e participam do programa.

A linguagem ritual do programa configura um espetáculo cênico no sentido de que algo é exibido a um público. Sendo assim, o espetacular será sempre definido a partir de um determinado olhar. Os olhares que cruzam o programa elegem diferentes objetos de contemplação, o espetacular pode ser associado às reportagens, aos hinos de louvor, aos testemunhos dos telespectadores, ao momento de oração com o copo d’água ou música. As três dimensões – a religiosa, a lúdica e a estética – integram a totalidade do programa, mas o olhar fragmentado isola muitas vezes uma destas dimensões, fixando-se apenas naquela que atende

ao interesse do momento, que pode ser religioso, emocional, espetacular ou lúdico.

Para o segmento religioso do programa, o espetáculo oferecido tem a ver com o regozijo religioso, com a reflexão de práticas e comportamentos sociais considerados inadequados, com a captação ou arregimentação de novos fieis, já para o segmento leigo ele pode de uma forma simplista mexer com os valores arraigados dos indivíduos, causar certo tipo de reflexão sobre seus hábitos cotidianos, causar impactos naqueles que por algum motivo se “desviaram” da palavra de Deus.

Tomando como parâmetro a classificação dos ritos proposta por Durkheim (1989), o programa “religioso” “Fala que eu te escuto” da IURD poderia ser considerado como um rito representativo ou comemorativo. O autor estabelece uma linha de parentesco entre esse tipo de rito e as representações dramáticas. A aproximação é por ele justificada pelo fato de os ritos representativos não só utilizarem os mesmos procedimentos do drama, como também perseguirem objetivos do mesmo gênero.

Dentre eles está o de assumir aspecto exterior de entretenimento para os indivíduos, proporcionando-lhes o alívio das tensões cotidianas, distraindo-lhes o espírito cansado pela rotina do trabalho, apresentando-lhes um “outro mundo” diferente do mundo real, permitindo-lhes a liberação da imaginação e da criatividade.

O uso da metáfora do parentesco para marcar as relações entre o drama e os ritos representativos ou comemorativos é intencional, seu objetivo é estabelecer uma equivalência e não uma relação direta entre ambos:

Com efeito, ainda que, como definimos, o pensamento religioso seja algo completamente diferente de um sistema de ficções, as realidades às quais ele corresponde só chegam, no entanto, a se exprimirem religiosamente se a imaginação as transfigura (Durkheim, 1989, p. 454).

A matéria-prima utilizada na construção do mundo sagrado é encontrada na vida social, porém ela é interpretada, elaborada, transformada pela criatividade humana. Nesse sentido, o mundo das coisas religiosas é um mundo parcialmente imaginário, apenas no seu aspecto exterior e por essa razão ele favorece mais facilmente as “livres criações do espírito” (Durkheim, 1989, p. 454).

Segundo Durkheim (1989), as representações que os rituais religiosos

produzem não são meras imagens que não correspondem a nada na realidade, que evocamos sem nenhuma finalidade, apenas pela satisfação de vê-las aparecerem e se combinarem sob nossos olhos. O ritual, ao contrário do jogo, faz parte da vida séria, contudo o elemento irreal e imaginário, mesmo não sendo essencial, tem sua importância. Ele promove o sentimento de reconforto que o fiel recebe do rito realizado, a recreação é uma das formas de renovação moral sendo esse o objetivo principal do culto positivo.

A principal função do rito religioso não é o de proporcionar a pura diversão e sim, o de manter, por meio da representação, a vitalidade das crenças necessárias ao bom funcionamento da vida moral do grupo.

Segundo Durkheim (1989), as forças coletivas que dão origem ao mundo das coisas sagradas são as mesmas encontradas na origem das obras de arte e dos jogos. O estado de efervescência coletiva que se verifica no culto religioso desencadeia manifestações semelhantes às que se dão no jogo: movimentos aleatórios, gestos, gritos, cantos, danças, saltos etc.

Desta forma observamos que o programa “Fala que eu te escuto” é considerado um tipo de culto, já que cumpre funções recreativas, mas não se confunde com o próprio jogo. O elemento lúdico é responsável pelo sentimento de alívio e de conforto experimentado pelo fiel durante o programa, representando, igualmente, uma importante fonte de renovação moral. Após o cumprimento dos seus deveres rituais, os fiéis voltam à vida profana de ânimo renovado. Este fato é visível

Não somente porque nos colocamos em contato com uma fonte superior de energia, mas também porque as nossas forças se refizeram vivendo, por alguns instantes, de forma menos tensa, mais cômoda e mais livre. Por isso, a religião tem fascínio que não é dos seus menores atrativos. (Durkheim, 1989, p. 456).

O elemento estético da vida religiosa, como faz ver o autor, é facilmente identificável nos ritos representativos, mas, de um modo geral, não existe rito que, em menor ou maior grau, não o apresente:

A arte não é apenas ornamento exterior com que o culto se revestiria para dissimular o que pode ter de muito austero e de muito rude; mas, por si mesmo, o culto tem algo de estético. Por causa das relações bastante conhecidas que a mitologia mantém com a poesia,

pretendeu-se, por vezes, deixar a primeira fora da religião; a verdade é que existe uma poesia inerente a toda religião. (Durkheim, 1989, p. 455).

O elemento estético no caso do programa “Fala que eu te escuto” é expresso na elaboração das reportagens, na escolha dos temas e do cenário, no uso de hinos religiosos e elementos visuais. Essas criações contribuem, ao seu modo, para efetuar a passagem do indivíduo do mundo profano para o mundo sagrado. Diferentemente da obra de arte, o elemento estético do culto não visa satisfazer os sentidos e sim, agir sobre os espíritos através de representações que visam garantir a coesão social. Em outro texto, Durkheim (1990, p.167) chama atenção para o “valor demonstrativo” das experiências religiosas, ou seja, o culto constitui, para o fiel, uma prova experimental de suas crenças:

O culto não é simplesmente um sistema de símbolos pelos quais a fé se traduz exteriormente, é a coleção de meios pelos quais ela se cria e se recria periodicamente. Consistindo em operações materiais ou mentais, ele é sempre eficaz.

Durkheim (1990) acredita que a análise dos elementos lúdico e estético, característicos dos ritos representativos ou comemorativos, permite-nos compreender melhor a natureza da cerimônia religiosa. Os ritos negativos estabelecem regras de evitação ou de contato com o sagrado, quando não, prescrevem os comportamentos que preparam os indivíduos para ingressar nesse domínio. Os ritos positivos, por sua vez, promovem atitudes rituais positivas, ou seja, atitudes que colocam os indivíduos em contato com as divindades e com as coisas sagradas, daí as ideias de celebração e comunhão a eles associadas.

Não podemos esquecer que a mídia alimenta-se da religião, todavia ela se alimenta igualmente de outras fontes. Sobre esse aspecto observa Langer (1980, p. 418) que do ponto de vista religioso, o luxo é um valor estético presente em toda religião, crenças e práticas que não visam a fins estritamente utilitários: “esse luxo é indispensável à vida religiosa; ele diz respeito à sua própria essência” (Durkheim, 1990, p.152).

1.5 Itinerário metodológico e universo da pesquisa: a Pesquisa de Campo

A opção pela análise do programa de televisão “Fala que eu te escuto” foi decisiva nos rumos que a pesquisa de campo tomou ao longo de três anos (2009 a 2011). Durante esse período, privilegiei os estudos bibliográficos sobre o tema, bem como a gravação e análise dos programas.

A primeira fase compreendeu 04 meses assistindo e gravando os programas. A segunda fase foi dedicada a realizar a triagem dos programas com temas repetidos ou parecidos. Depois da triagem inicial restaram 85 programas com os mais variados temas e abordagens. A terceira fase, a mais difícil, diga-se de passagem, foi escolher entre os 85 programas, 45 programas e depois reduzir para somente 05 programas para assim fazer a edição em 50 minutos. Senti muita dificuldade nesse aspecto, visto que cada programa tem em média 1 hora de duração, então teríamos 450 min de imagens para serem editadas em 50 minutos.

Após este momento introdutório foi preciso empreender quais técnicas poderiam ser utilizadas para melhor vencer a nossa indagação inicial, isto é, se este programa “funciona” como estratégia para arregimentação de fiéis, se ele se caracteriza como um programa religioso ou como uma forma de terapia.

Para o levantamento das informações que constituíram o *corpus* de análise deste trabalho, nos inspiramos na técnica de grupo focal, uma vez que este procedimento estimula e propicia a interação entre seus participantes. Este caráter interativo dos grupos focais facilita o desenvolvimento de estudos que buscam entender atitudes, preferências, necessidades e sentimentos ou quando se investigam questões complexas relacionadas as dificuldades, necessidades ou conflitos não claros ou pouco explicitados. Em nossa pesquisa buscamos compreender se o programa “Fala que eu te escuto” figura como uma estratégia da IURD para atrair e manter fiéis, desta forma, foi solicitado aos participantes do “grupo de análise” que manifestassem sua opinião, seus sentimentos, escolhas e dúvidas em relação aos temas abordados nos programas que foram selecionados e editados para a apreciação desses informantes.

Inspirada em técnicas de entrevistas não-direcionadas e técnicas grupais usadas na psiquiatria, a técnica de “grupo de análise” foi utilizada aqui como estratégia de pesquisa que utiliza encontros grupais para a obtenção de dados sobre questões específicas de interesse do pesquisador, a partir de discussões onde os/as

participantes podem expressar, nos seus próprios termos, experiências, pontos de vista, crenças, valores, atitudes e representações.

A formação desse grupo de análise tomou para si praticamente todas as características que se espera na formação de um grupo focal usual, as quais seriam:

- a) O número de participantes pode variar entre 6 a 15 pessoas, no nosso estudo selecionamos 10 pessoas;
- A seleção dos membros participantes se deu através de uma amostra não aleatória ou intencional. Para atender os nossos objetivos selecionamos indivíduos de sexo diferentes (05 pessoas do sexo masculino e 05 do sexo feminino), idade variando entre 22 anos e 65 anos (02 pessoas com 22 anos; 03 pessoas com 34 anos; 01 pessoa com 40 anos; 02 pessoas com 55 anos; 01 pessoa com 60 anos e 01 pessoa com 65 anos), profissão (02 professores (do ensino superior com mestrado em suas respectivas áreas de atuação), 01 pedreiro (somente com o Ensino Fundamental II incompleto), 02 estudantes (uma do curso de Direito da UNESC e outra do mestrado em Administração da UFPB), 01 costureira (Ensino Médio incompleto), 02 funcionários públicos aposentados (Ensino Superior completo), 01 dona-de-casa (Ensino Fundamental II completo), 01 trabalhador de empresa privada (Ensino Médio completo), religião (Católicos, Mórmon, Adventista do sétimo dia, Espírita, Verbo da vida, Assembléia de Deus, Messiânica, IURD) e situação econômica (classe média alta, classe média, classe média baixa e baixa);
- b) Se o grupo focal é sempre conduzido por um moderador, com o nosso grupo de análise não foi diferente (neste caso a própria pesquisadora), que pode ou não ser acompanhado por um observador participante (em nossa pesquisa 02 estudantes do curso de Psicologia da Universidade Estadual da Paraíba nos serviram como apoio e observadores). Ao moderador cabe conduzir o grupo, propondo e estimulando que os/as participantes expressem livremente seus sentimentos, experiências e opiniões sobre as questões que são de interesse da pesquisa. Também cabe ao moderador manter a discussão focalizada, fazendo resumos e retomando o assunto quando alguém se desvia dele, por isso, fizemos uso de um roteiro diretivo, visto que a partir de tema tão

polêmicos poder-se-ia perder o foco da discussão. Os observadores ficaram responsáveis entre outras incumbências, de captar as informações não-verbais expressas pelos/as participantes (gestos, olhares, movimentos bruscos, enfim de uma leitura corporal dos participantes);

A escolha de participantes adeptos e praticantes de uma religião como informantes dessa pesquisa deveu-se a ligação forte e íntima que essas pessoas tem com o sagrado, sendo assim por que estas assistiram com certa frequência (mais de 15 programas ao ano) um programa que não faz parte da sua religião e para alguns é considerado profano, já que boa parte deste é composta por imagens e músicas não religiosas.

Após algum tempo de reflexão com o intuito de chegar a algumas possibilidades, a escolha por realizar esta investigação com fiéis praticantes de uma religião deveu-se à compreensão de que importantes aprendizagens sobre a moral, os valores, os costumes, tradições e tabus que ocorrem mais frequentemente na igreja ou nela se apresentam, já que este é considerado como um ambiente de vigilância e controle constante. Com base nesse pressuposto a religião funcionaria como um espaço de relações sociais e não somente um espaço intimista e individual.

Alguns desses discursos que penetram na religião são autorizados e reconhecidos como produtivos para gerar as aprendizagens adequadas. Tais discursos provêm de fora “de pessoas do mundo”. Este fato exemplifica a escolha de temas não religiosos que figura nos programas “Fala que eu te escuto”, já que em todos os programas assistidos e gravados não se encontrou nenhum que trouxesse explicitamente um tema religioso.

- c) O local escolhido foi o meu próprio apartamento onde foi possível instalar um data show para melhor visualização do programa. A reunião aconteceu no dia 20 de setembro de 2011, da 18h e 30 às 22h 30, de acordo com a disponibilidade dos informantes. Esta reunião contou com o apoio de 02 estudantes do curso de Psicologia da UEPB, para auxílio na gravação e transcrição da reunião que estava sendo gravada. Foi perguntando aos participantes se era permitida a filmagem do encontro, eles foram taxativos

em não querer “aparecer” em nenhuma filmagem. Uma questão ética, no entanto, merece atenção especial do pesquisador para delinear seu projeto de investigação. Trata-se de garantir a privacidade dos participantes, já que, o tema abordado exigia posicionamentos pessoais que serão revelados a pessoas desconhecidas, desta forma o moderador deve dar sinais claros de que as providências foram tomadas para preservar a identidade pessoal na divulgação dos resultados.

Minha relação com os participantes do grupo pode ser descrita como um encontro, uma parceria necessária para pensar, analisar e escrever este estudo. Estes fizeram o encontro se tornar rico em opiniões diversas, não mostraram em tempo algum tensão por estarem fazendo parte de uma pesquisa que envolvia várias denominações religiosas, o respeito pelo outro e pela opinião do outro foi um fato marcante nesse grupo, que em alguns momentos fez-me repensar as relações sociais de uma forma geral, isto acabou por surpreender-me.

No entanto, discutir temas polêmicos apresentados em um programa religioso que não faz parte da sua religião, traz algumas implicações, algumas anteriores e outras posteriores a minha presença, pelas relações de saber-poder que, mesmo não intencionalmente, introduzi ou coloquei em movimento naquela instância. Apesar de considerar essa anterioridade difícil de ser demarcada, acredito, por exemplo, que, ao discutirmos os temas abordados nos programas, por exemplo o programa que tinha como título “as feias que me perdoem, mas beleza é fundamental”: quem pensa assim é preconceituoso, realista ou iludido? Pude acessar como se dão suas relações consigo e com os outros, com os objetos, com os sentimentos, enfim, configurando o modo como estes se relacionam na vida.

As maiores dificuldades que encontrei estavam ligadas às preocupações dos participantes em não causar mal estar para seus companheiros de grupo, em primeiro momento causou até certo constrangimento e tensão, mas aos poucos os participantes foram soltando-se e respeitando a opinião do outro sem que com isso afetasse o seu ponto de vista.

Outra grande dificuldade foi selecionar apenas 05 programas num universo de 45 gravados para assim obter uma edição. Consegui enfim fazer esta seleção

pensando um pouco no tipo de grupo que gostaríamos de formar para discutir os temas abordados. Desta forma, foram escolhidos 05 programas²²:

Ao realizar este processo de exibição e análise dos programas realizados pelos participantes do grupo, foi preciso elaborar uma engenharia bastante complexa. E, no meu caso, procurei evitar ao máximo as situações que pudessem inviabilizar a realização do estudo, aceitando o curto período de tempo que os participantes disponibilizaram e ainda o fato do cansaço de suas atividades cotidianas, o nível instrucional de alguns participantes, para que estes não se sentissem inferiores ou superiores aos demais.

Previamente discuti com cada um deles individualmente o teor da pesquisa, assegurei que esse estudo tinha um fim acadêmico e não o intuito de valorizar ou ao contrario desvalorizar alguma crença religiosa e os orientei a ser o mais verdadeiro possível, para que assim tivessem um resultado condizente com a realidade.

Realizei um encontro individual com cada participante para falar sobre os objetivos da pesquisa, para enfatizar a importância que os participantes teriam para a realização do trabalho, para esclarecer dúvidas a respeito dos procedimentos de pesquisa e traçar um perfil do participante.

Entre os 10 participantes que foram escolhidos, 02 tiveram que ser substituídos, 01 por não dispor de tempo nos horários combinados com os demais e o outro por que precisou mudar-se de cidade por questões de emprego. Contudo, eles foram substituídos a contento.

Toda a reunião foi gravada para posterior transcrição e análise. A agenda desse encontro foi previamente planejada, compondo um roteiro diretivo com as temáticas abordadas nos programas selecionados que considerou os interesses de pesquisa antes de começar a coleta das informações. Esse roteiro teve de ser flexibilizado à medida, em que as interações foram acontecendo.

A reunião foi dividida em quatro etapas. A primeira etapa, chamada de "momento de integração", onde os participantes foram apresentados e puderam descontrair um pouco. A segunda etapa foi chamada de "momento de observação", onde os participantes assistiram a edição dos 05 programas selecionados, e teve como objetivo agregar elementos para preparar a discussão. Na terceira etapa, aconteceram as discussões com base nas reportagens apresentadas nos

²² No terceiro capítulo deste trabalho faremos uma abordagem aprofundada desses programas que foram selecionados e editados para a exibição e análise do grupo.

programas, nas participações dos telespectadores e as observações feitas pelo Pastor-apresentador do programa, além do roteiro diretivo. E por fim, o grupo fez uma reflexão acerca da importância do programa para a sociedade brasileira.

Portanto a escolha por este tipo de técnica baseado em um grupo de análise foi decisiva nesta pesquisa, já que esta técnica de pesquisa coleta dados por meio das interações grupais ao se discutir um tópico especial sugerido pelo pesquisador. Como técnica, ocupa uma posição intermediária entre a observação participante e as entrevistas em profundidade. Pode ser caracterizada também como um recurso para compreender o processo de construção das percepções, atitudes e representações sociais de grupos humanos, assim como os grupos focais (Veiga & Gondim, 2001).

A noção de grupo de análise pode ser apoiada no desenvolvimento das entrevistas grupais (Bogardus, 1926; Lazarsfeld, 1972), onde o moderador de um grupo de análise assume uma posição de facilitador do processo de discussão e sua ênfase está nos processos psicossociais que emergem, ou seja, no jogo de interinfluências da formação de opiniões sobre um determinado tema. A unidade de avaliação do grupo de análise é o próprio grupo. Se uma opinião é esboçada, mesmo não sendo compartilhada por todos, para efeito de análise e interpretação dos resultados, ela é referida como do grupo.

O uso de grupo de análise está relacionado com os pressupostos e premissas do pesquisador. Alguns recorrem a eles como forma de reunir informações necessárias para a tomada de decisão, outros os vêem como promotores da auto-reflexão e da transformação social e há aqueles que os interpretam como uma técnica para a exploração de um tema pouco conhecido, visando o delineamento de pesquisas futuras.

Como já foi explicitado acima, optamos por um grupo de conhecidos, já que se tinha um conhecimento prévio acerca dessas pessoas era possível em certa medida prever determinados tipos de comportamentos e até mesmo relacioná-los com sua prática cotidiana.

Com o intuito de não perder a diretividade ou foco em relação aos temas abordados produzimos um pequeno roteiro para a estruturação e organização do grupo. Contudo, foi preciso sutileza para ao mesmo tempo assegurar o foco no tema, mas não inibir o surgimento de opiniões divergentes que enriqueceram a discussão.

Conforme Morgan (1997), o moderador deve procurar cobrir a máxima variedade de tópicos relevantes sobre o assunto e promover uma discussão produtiva. Para conseguir tal intento ele precisa limitar suas intervenções e permitir que a discussão flua, só intervindo para introduzir novas questões e para facilitar o processo em curso. Igualmente é necessário estar atento para não deixar que o grupo comece a falar sobre um assunto importante muito tarde para ser explorado e evitar que as interpelações findem antes da hora. Para driblar estes dois últimos problemas, é tarefa do moderador colocar algumas perguntas ou tópicos para debate, por isso fizemos uso de um roteiro diretivo. Um bom roteiro é aquele que não só permite um aprofundamento progressivo (técnica do funil), mas também a fluidez da discussão sem que o moderador precise intervir muitas vezes.

Quando foram convidadas a participar do grupo essas pessoas foram instruídas a respeito das regras gerais do nosso grupo de análise. Para reforçar o entendimento essas regras foram explicitação no início da reunião. São elas:

- a) Só uma pessoa fala de cada vez;
- b) Evitam-se discussões paralelas para que todos participem;
- c) Ninguém pode dominar a discussão;
- d) Todos têm o direito de dizer o que pensam.

Podemos concluir que pelo nível a discussão e reflexão sobre os temas abordados no programa, nosso grupo foi um sucesso, pois o respeito às ideias do outro acabou sendo o ponto dominante. A princípio pensei tratar-se de timidez ou recusa a mostrar o seu ponto de vista, mas logo percebi que eles estavam se estudando mutuamente para assim demonstrar seu ponto de vista sobre o tema.

Por isso, o uso de grupo de análise requer uma cuidadosa observação do comportamento dos participantes para fim de investigação, sendo imprescindível a observação do comportamento e humores dos participantes (um gesto, uma expressão, pode e em alguns casos diz muito mais que o discurso), já que somente a análise do discurso pode ser mascarada ou incompleta. Para tanto, fiz uso também da perspectiva de Minayo (2007), quanto às metodologias qualitativas que são as capazes de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos individuais ou coletivos, estruturas sociais, sendo estas compreendidas como construções humanas significativas. No intuito de interpretar

os significados sejam estes de natureza psicológica ou sociocultural trazidos pelos indivíduos no que diz respeito aos múltiplos fenômenos inerentes ao campo da religiosidade, a técnica do grupo de análise com participantes de diferentes denominações religiosas foi sendo amadurecida ao longo de um trabalho de pesquisa mais amplo.

Durante o trabalho de revisão bibliográfica versando sobre a relação entre religião e mídia algumas questões se tornaram recorrentes e, constantemente, emergia a ideia de que um estudo de campo que possibilitasse discutir determinados aspectos com maior profundidade seria fundamental para o entendimento de pontos que permaneciam obscuros entre estes: Como o programa “Fala que eu te escuto”, que vai ao ar pela Rede RECOD de televisão todas as madrugadas atrai a atenção de milhares de pessoas e se as estratégias discursivas utilizadas por este “funcionaria” como um mecanismo de arregimentação de fieis.

No próximo capítulo trataremos das bases da Igreja Universal, seu surgimento quase que mitológico, as bases do seu discurso e a relação travada desta denominação religiosa com a mídia.

II CAPITULO - A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS, SEU SURGIMENTO E A RELAÇÃO ESTRATÉGICA COM A MÍDIA

2.1. Origem e expansão da IURD

A Igreja Universal do Reino de Deus é a combinação de igreja pentecostal e agência de cura divina, pois une a preocupação com as demandas particularistas e com a demanda espiritual de salvação. (Paul Freston, 1994 p. 98)

De acordo com a epígrafe acima o neopentecostalismo é a vertente pentecostal que mais cresce atualmente e a que ocupa maior espaço na televisão brasileira, seja como proprietária de emissoras de TV, seja como produtora e difusora de programas de televangelismo. Do ponto de vista comportamental, é a mais liberal. Haja vista que suprimiu características sectárias tradicionais do pentecostalismo e rompeu com boa parte do ascetismo contracultural tipificado no estereótipo pelo qual os “crentes” eram reconhecidos e, volta e meia, estigmatizados.

De modo que seus fiéis foram liberados para vestir roupas da moda, usar cosméticos e demais produtos de embelezamento, frequentar praias, piscinas, cinemas, teatros, torcer para times de futebol, praticar esportes variados, assistir a televisão e vídeos, tocar e ouvir diferentes ritmos musicais. Práticas que, nos últimos anos, também foram sendo paulatinamente permitidas por igrejas pentecostais das vertentes precedentes, com exceção da Deus é Amor, que manteve incólume a velha rigidez ascética. Em todas as vertentes permanece, porém, a interdição ao consumo de álcool, tabaco e drogas e ao sexo extraconjugal e homossexual.

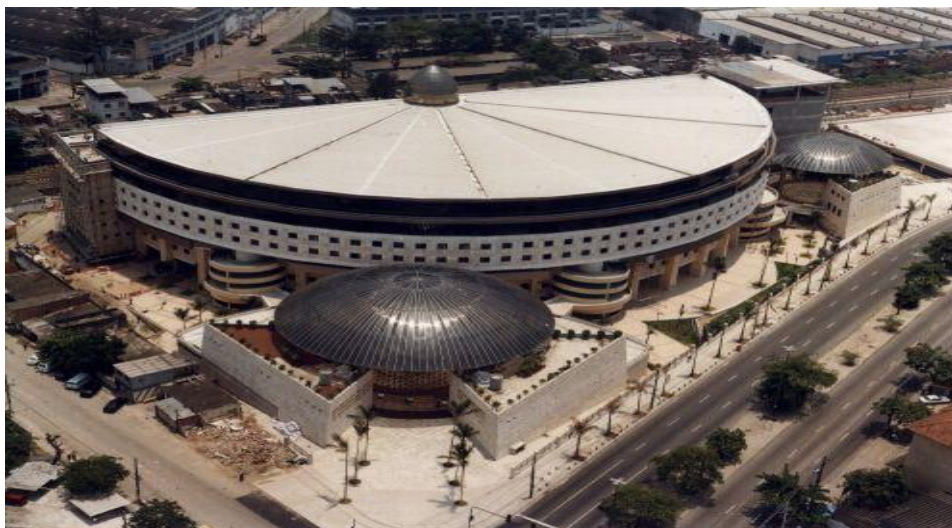
A Igreja Universal foi fundada em 1977, na zona norte da cidade do Rio de Janeiro, onde antes funcionava uma pequena funerária. Os idealizadores foram Edir Macedo e Romildo Ribeiro Soares (que mais tarde decide fundar sua própria igreja), a origem da IURD estaria fincada na Igreja Pentecostal de Nova Vida.

A IURD foi criada a partir de reuniões ao ar livre realizadas por Edir Macedo (em um coreto). Estas reuniões eram chamadas de *Cruzada para o Caminho Eterno*, mais tarde, as reuniões passaram a acontecer em um antigo cinema (Bruni Méier), e após, em outro cinema (Ridan). Em 9 de julho de 1977, nasceu oficialmente a Igreja, a princípio sob o nome de Igreja da Benção. Nessa época a igreja estava sediada

em um galpão de uma antiga funerária na avenida suburbana norte da cidade do Rio de Janeiro.

Em menos de três décadas esta igreja se transformou no mais surpreendente e bem-sucedido fenômeno religioso do País, atuando de forma destacada no campo político e na mídia eletrônica. De acordo com os dados do IBGE e pesquisas realizadas na área pelo POF (Pesquisa de Orçamento Familiar), nenhuma outra igreja evangélica cresceu tanto em tão pouco tempo no Brasil. Atualmente, a Sede da IURD é a Catedral Mundial da Fé, localizada na Zona Norte do Rio de Janeiro, também conhecida como Templo da Glória do Novo Israel²³.

Figura 01 - Templo da Glória do Novo Israel (RJ)



Fonte: www.arcauniversal.com

²³ A Catedral Mundial da Fé, inaugurada em 1999, é a sede mundial da Igreja Universal do Reino de Deus. Também chamada de *Templo da Glória do Novo Israel*, está situada na Avenida Dom Hélder Câmara (antiga Avenida Suburbana), no bairro de Del Castilho, Rio de Janeiro. A catedral, também conhecida como *Templo Maior* tem 45.000 m², que juntando as construções externas chega a 72 mil. A construção é o maior templo da América Latina em área construída. Ela tem o formato de meio bolo de noiva gigante, quando visto de cima. O templo tem capacidade para cerca de 20 mil pessoas sentadas. A construção do templo começa no subterrâneo e chega a uma altura de dez andares. A edificação é composta da nave principal, nave auxiliar, prédio administrativo de oito pavimentos e quatro prédios de apoio de quatro pavimentos cada um, além de um heliponto. Todo o templo é revestido de madeiras e pedras vindas de Israel. É um templo bastante confortável, contando com um amplo estacionamento de quatro pavimentos, ar-condicionado central, elevadores, bibliotecas, jardins (com plantas nativas de Israel e um pequeno lago com peixes), livrarias, escolinhas infantis, salas de aula, berçários, praça de alimentação, cyber café, auditórios e espaço para exposições. Também possui estúdios para transmissão de rádio e televisão e um prédio exclusivo para residência de Bispos e Pastores.

O crescimento da IURD está ligado à expansão dos chamados "movimentos neopentecostais" a partir dos anos 70, quando também foram criadas outras igrejas, tais como Igreja Internacional da Graça de Deus, Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra e a Igreja Renascer em Cristo (MARIANO, 1999).

Com apenas oito anos de existência, a IURD já dispunha de 195 templos em 14 Estados brasileiros e no Distrito Federal, número que quase dobrou dois anos depois, visto que já contava com 356 templos em dezoito Estados. Em 1989, ano em que começou a negociar a compra da Rede Record, somava 571 locais de culto. Entre 1980 e 1989, o número de templos cresceu 2.600%. Nos primeiros anos, sua distribuição geográfica concentrou-se nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Salvador. Em seguida, expandiu-se pelas demais capitais e grandes e médias cidades. Na década de 1990, passou a cobrir todos os Estados do território brasileiro, período no qual logrou taxa de crescimento anual de 25,7%, saltando de 269 mil (dado certamente subestimado) para 2.101.887 adeptos no Brasil, de onde se espalhou para mais de oitenta Países. Em todos eles, conquista adeptos majoritariamente entre os estratos mais pobres e menos escolarizados da população.

A expansão da IURD é tão evidente que o *Jornal do Brasil*²⁴ do dia 22/10/95, afirma que se a igreja “fosse uma empresa, só com a arrecadação de seus fiéis, a igreja ocuparia a 29ª colocação na relação dos maiores e melhores grupos privados do país”. Ou seja, segundo este jornal, o faturamento anual da IURD era maior que a da Açominas, Norberto Odebrecht, Johnson & Johnson, Hoerscht, Kaiser e se igualaria à Brahma e a Sadia.

Tal expansão pode ser explicada por atualizações inovadoras do pentecostalismo que provocaram mudanças nos posicionamentos teológicos, litúrgicos, éticos e estéticos. Os neopentecostais estão preocupados não só com a vida espiritual, mas também com a vida aqui na terra, quanto à fruição dos bens deste mundo. As liturgias são mais emotivas e informais, a ética e a estética cristã cada vez mais próxima da mundana. De acordo com Silva,

²⁴ LEAL, L. N. MP fiscaliza os bens da Igreja Universal. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, p. 3, 20 out. 1995.

Promessas de salvação instantânea, intimidade com o dinheiro, tolerância em relação aos costumes dos fiéis, organização empresarial sofisticada, exploração dos meios de comunicação de massa e técnicas de persuasão enérgicas fazem dos neoevangélicos o McDonald's da religião contemporânea. (Silva, 1995, p. 14)

Como fator de expansão denominacional, a estrutura organizacional da IURD é baseada numa hierarquia verticalizada rígida e centrada na figura do seu líder. Nesse sentido, cumpre destacar que esta estrutura organizacional tal como exercido pela igreja reforça a unidade e a coesão denominacional, dinamiza o processo decisório, agiliza a transmissão das ordens superiores e a realização dos trabalhos administrativos, organizacionais e de evangelismo, permite centralizar a administração dos recursos coletados e fazer investimentos caros e estratégicos, como a abertura de novas congregações e frentes de evangelização, a construção de templos de grande porte, a compra de emissoras de rádio e TV, a criação de gravadoras, de editoras e de outros empreendimentos.

Este modelo de estrutura organizacional se mostrou eficiente no caso da IURD, contudo é preciso esclarecer que uma estrutura hierárquica rígida e verticalizada restringe a autonomia de pastores e adeptos, posto que, a IURD possui mais de quinze mil pastores titulares e auxiliares responsáveis pelos mais de quatro mil templos no Brasil, estes são transferidos de tempos em tempos para outras cidades ou templos distantes na mesma cidade, cabe frisar que estes pastores não gerenciam os recursos que arrecadam, enquanto os fiéis não escolhem seus líderes locais nem participam da deliberação sobre a aplicação dos dízimos e ofertas.

Existem alguns requisitos básicos para se tornar pastor da IURD, entre estes podemos citar: a conversão, a dedicação e o desejo de fazer a obra de Deus. Em alguns Estados há um curso especial e intensivo com duração de seis meses, no qual o obreiro é orientado nos princípios básicos do Cristianismo e da IURD, como afirma o ex-pastor José Antônio Fernandes²⁵. Estes requisitos são considerados simples e nada elitistas – conversão, dedicação e desejo – facilitam a formação de novos pastores e aceleram o ingresso dos candidatos ao trabalho pastoral.

²⁵ Em entrevista concedida no dia 22 de outubro de 2010, o ex-pastor afirma que foi pastor da IURD por 06 anos e “fez a obra de Deus” em várias cidades do Brasil, bem como em diferentes templos numa mesma cidade. Seu último trabalho foi no templo localizado na Rua Getúlio Vargas em Campina Grande, onde permaneceu por um ano e meio.

O candidato a pastor precisa aprender e reproduzir corretamente o que os pastores titulares fazem no púlpito, isto é, um aprendizado mediante "a atuação prática e direta nas igrejas". Para avançar na hierarquia eclesiástica, estes pastores precisam demonstrar elevada capacidade de coletar dízimos e ofertas, habilidade tida como sinal de bênção divina.

A IURD possuía também uma faculdade de teologia – Faculdade Teológica Universal do Reino de Deus (FATURD) –, que funcionava no Rio de Janeiro e oferecia cursos básicos (com três anos de duração) e de bacharelado em teologia (quatro anos). De acordo com análise de Mariano (1999, p 38), esta faculdade foi extinta quando:

Macedo se deu conta de que, para atingir seus ambiciosos objetivos expansionistas, a formação teológica, além de inútil, provavelmente dissiparia o tempo dos pastores, diminuiria seu fervor e os distanciaria dos interesses concretos e das necessidades imediatas dos fiéis. Ele não apenas extinguiu a faculdade teológica como, para demonstrar sua aversão à erudição teológica, publicou *A libertação da teologia*, livro em que critica o 'Cristianismo de muita teoria e pouca prática; muita teologia, pouco poder; muitos argumentos, pouca manifestação; muitas palavras, pouca fé.

Esta visão é partilhada por seu cunhado R. R. Soares, para o qual "os melhores pastores não saem dos seminários". Segunda este, "Pastor", a seu ver, "é que nem jogador de futebol. Eles não saem das escolinhas, eles surgem, aparecem. Depois, só precisam ser lapidados"²⁶. Para Macedo e Soares, o bom pastor é aquele que propicia os melhores resultados numéricos em relação a arregimentação de fiéis.

Em contraste com o que se verifica na maioria das Igrejas Pentecostais, a Universal abre seus templos religiosamente todos os dias para a realização de três a quatro cultos públicos. Para manter essa "máquina" funcionando num tal ritmo de linha de produção, seus pastores trabalham em período integral, dedicando-se exclusivamente à denominação. Vínculo e compromisso institucionais que constituem enorme vantagem competitiva em relação às outras Igrejas Pentecostais, cujos pastores, majoritariamente, exercem outras atividades profissionais. A Universal, além disso, conta com o trabalho cotidiano de dezenas de milhares de

²⁶ Revista Eclésia, nº 67 de 6 de junho de 2001.

obreiros voluntários, que desempenham tarefas cruciais para garantir o bom funcionamento dos cultos e da evangelização pessoal.

Outro fator importantíssimo para o acelerado crescimento da Universal consiste em sua acentuada capacidade de arrecadar recursos, superior à das demais igrejas, como comprovam dados da pesquisa Novo Nascimento, realizada no Rio de Janeiro pelo Instituto Superior de Estudos da Religião (ISER). Ao indagar os fiéis sobre a contribuição financeira que fizeram num determinado mês de 2004, a pesquisa do ISER revelou que os adeptos da Universal contribuíam mais e em maior proporção do que os da Assembléia de Deus: 27% dos fiéis da Universal fizeram doações que ultrapassaram o valor do dízimo contra apenas 14% dos assembleianos; 17% dos seguidores de Macedo doaram quantias menores que o dízimo contra 25% da Assembléia; 24% dos primeiros não deram contribuição alguma contra 33% (um terço) dos últimos; houve empate apenas entre os que contribuíram valor equivalente ao dízimo: 24% e 23%, respectivamente (Fernandes, 1996, p. 39).

Entre as igrejas pesquisadas pelo ISER, os fiéis da Universal foram os que mais contribuíram com valores acima do dízimo, os que menos fizeram doações inferiores ao dízimo e, apesar da baixíssima renda da maioria deles, os que menos deixaram de contribuir.

É preciso ressaltar que, dos crentes cuja renda não ultrapassava dois salários mínimos, os da Universal foram os que mais doaram quantias superiores à décima parte de sua renda: 35% contra 20% da média dos evangélicos. Quanto a essa disparidade, observa-se que pastores da Universal ensinam a seus adeptos que eles devem doar dízimos com base na renda que desejam receber, que é, em geral, superior a que recebem de fato.

A eficiência arrecadadora da Universal se deve em grande parte à sua agressividade, insistência e incomparável habilidade persuasiva nessa matéria. Quem não paga o dízimo, advertem os pastores, rouba a Deus, que, na condição de dono de todas as riquezas existentes, exige de volta 10% dos recursos que concede aos seres humanos. Dinheiro que deve ser empregado cabalmente na realização da obra de evangelização. Essa concepção se alia à crença de que só alcança bênçãos quem tem fé. No caso, ter fé significa crer piamente no que os pastores pregam e agir conforme os ditames dessa pregação.

Para provar a própria fé e granjear as recompensas decorrentes do exercício dessa virtude teologal, os fiéis são induzidos a realizar sacrifícios ou desafios financeiros. Como o tamanho da fé se mede pelo maior ou menor risco que assume no ato de doação, quem deseja demonstrar elevada fé precisa assumir grandes riscos financeiros ou realizar grandes desafios. Até porque, promete-se, quanto maior o desafio, maior a retribuição divina.

Para quem não é obreiro nem desempenha funções eclesiais, exercer tal fé significa fundamentalmente doar dízimos e ofertas à igreja, legítima representante e fiel cumpridora dos desígnios de Deus na terra. É por meio dessa fé que o crente se torna, nos termos de Edir Macedo, “sócio de Deus” e, somente nessa posição privilegiada, pode passar a desfrutar das bênçãos e promessas divinas. De sua parte, os pastores não só incentivam tal arriscada demonstração de fé como garantem que os desafios são investimentos de alto retorno. De modo que tais crenças sobre dízimos e ofertas, invariavelmente, encerram cálculos utilitários, tanto da parte de quem paga quanto da de quem recebe e administra os recursos. Na condição de dizimistas e ofertantes, os fiéis almejam adquirir e exercer o direito de cobrar do próprio Deus o pronto cumprimento de Suas promessas bíblicas: vida saudável, próspera, feliz e vitoriosa.

Essas crenças caminham na contramão da rejeição puritana à busca de riqueza e de prazeres mundanos e do livre gozo do dinheiro, o que relega a velha escatologia pentecostal ao segundo plano. Os responsáveis pelo funcionamento dessa poderosa engrenagem de arrecadação, por sua vez, procuram dilatar crescentemente o montante dos recursos coletados para reinvesti-los na igreja, na obra de evangelização e, em certos casos, em negócios comerciais que orbitam em torno das atividades religiosas.

Arrecadar mais que as igrejas concorrentes não assegura necessariamente que a Universal angarie taxas de crescimento denominacional bem acima da média pentecostal. Para obtê-la, a Universal investe majoritariamente o montante doado pelos fiéis no evangelismo eletrônico, na aquisição de novos locais de culto, no custeio de um enorme contingente de pastores trabalhando *full time*, na atividade missionária e de divulgação. A ampliação de sua presença geográfica no Brasil e no exterior e de seu número de pontos de pregação, de congregações e templos é fundamental para dilatar a recepção de sua oferta religiosa pelo público e, com isso,

atrair maior proporção de virtuais adeptos ou criar novas clientelas para "consumir" seus serviços mágico-religiosos.

A retórica constitui um elemento fundamental na expansão da IURD, é o meio empregado para se conseguir persuasão dos destinatários, legitimação e uma situação favorável ao emissor²⁷. A retórica se liga ao poder de impor a recepção, mas sem se esquecer da cumplicidade entre ambas as partes, como nos mostra Bourdieu (2000) em seus estudos.

Na construção de seu discurso a IURD emprega o mundo simbólico do catolicismo popular, dos cultos afro-brasileiros e do “depósito” internacional de mitos e símbolos da pós-modernidade espalhados pela mídia em nível mundial. A IURD também emprega relatos de milagres e de maravilhas, que fazem parte da capacidade humana de fabulação, nesse caso atrelados à eficácia e eficiência da Igreja Universal.

O discurso de seus agentes é composto de palavras emocionalmente escolhidas, o que uma simples observação do discurso de um de seus agentes pode confirmar. Contudo, o discurso oral às vezes se confunde com o *sermo corporis* da religião teatralizada. A essa etapa sucede a *memória*, função na qual o orador se recorre às lembranças, e repete *slogans*, provérbios, palavras de ordem, alojados na lembrança de seus ouvintes. As relações entre a memória do ato fundante são fundamentais em qualquer fenômeno religioso, já que toda religião implica uma mobilização específica da memória coletiva.

Bases do discurso da IURD são:

- **O batismo no Espírito Santo** – Capacita o servo para a obra de Deus, dando-lhe dons que antes não possuía ou aprimorando-os. Dons notórios: falar línguas estranhas, curar, profetizar, entendimento da Palavra, sabedoria e coragem para fazer a obra de Deus. Entre os dos “ofertados” pelo Espírito Santo, o dom da cura é o mais festejado e desejado.
- **A posse e a prosperidade** – Consiste na fruição dos bens desse mundo, não sendo mais considerado um pecado ou ostentação, mas um desígnio de

²⁷ COHEN J. *et al.* **Pesquisas sobre retórica**, Petrópolis, Vozes, 1975.

Deus. Assim sendo, o sucesso material seria a comprovação da presença de Deus na vida do crente.

- **O elemento demoníaco** – É a origem de todos os males que afligem a humanidade, as doenças, misérias, desastres e todos os problemas que sobrevêm ao homem têm origem demoníaca por que o demônio se opõe à vontade de Deus, qual seja a fruição, pelo homem, dos bens desse mundo.
- **A cura, exorcismo ou libertação** – É o retorno à situação ideal do homem no plano de Deus. Curar ou libertar pode ter o mesmo significado que expulsar os demônios da vida das pessoas. Desta forma a Cura é celebrada como sinônimo de salvação e prosperidade na vida;
- **Os dízimos e as ofertas** – É o maior investimento que alguém possa fazer. Na IURD a crença é de que o que oferecemos a Deus, recebemos de volta em abundância.

Além dessas categorias encontradas no discurso da IURD, podem ser visualizadas de forma implícita:

- Críticas à Igreja Católica (por ensinar coisas que não possuem sustentação bíblica, como o celibato e a adoração de imagens);
- Críticas ao Espiritismo (por acreditar que os “mortos” que se comunicam com os vivos sejam demônios disfarçados);
- Críticas às religiões afro-brasileiras (por crerem que os exus, erês, orixás, caboclos, pretos-velhos, guias, são anjos decaídos);
- Críticas à Rede Globo que seria vista como a própria encarnação do Diabo (que degrada a mente e o corpo da população com suas “imagens e sua programação nojenta”).

A Igreja universal concebe o mundo como um campo de batalha. Isso é perceptível em sua retórica *militarista*, que emprega como armas de guerra *slogans*, palavras, logotipos e logomarcas. Emprega-se também, até o cansaço, a imagem de

perseguição, isto é, a IURD é perseguida pelos adversários, o que comprovaria a sua ligação com Jesus, também perseguido em sua época.

A IURD, ao contrário do que alguns pensam, possui uma teologia e tem mecanismos apropriados para inculcar essa teologia nas novas gerações de fiéis e pastores. Porém não se trata de uma teologia sistematizada, tal como aquelas elaboradas por grupos religiosos já secularmente institucionalizados.

A expansão exponencial e contínua da Igreja Universal veio reforçar ainda mais a interpretação que percebe certa continuidade entre pentecostalismo e religiosidade popular. Pois, para tirar proveito evangelístico da mentalidade e do simbolismo religiosos brasileiros, a Universal sincretiza crenças, ritos e práticas das religiões concorrentes. Faz isso de diferentes modos e em distintas ocasiões. Realiza "sessão espiritual de descarrego", "fechamento de corpo", "corrente da mesa branca", retira "encostos", desfaz "mau-olhado", asperge os fiéis com galhos de arruda molhados em bacias com água benta e sal grosso, substitui fitas do Senhor do Bonfim por fitas com dizeres bíblicos, evangeliza em cemitérios durante o dia de Finados, oferece balas e doces aos adeptos no dia de Cosme e Damião. A adoção desses ritos e práticas constitui estratégia proselitista deliberada, que tem sido mantida, intensificada e até diversificada em razão de sua eficácia.

Na Universal, para "despertar a fé das pessoas" quase todos os meios empregados são lícitos para convencê-las de que a igreja prega um Evangelho de poder, que, além de verdadeiro, "funciona" na prática. As "sessões espirituais de descarrego", criadas no limiar do novo milênio, constituem um de seus mais recentes e populares experimentos sincréticos. Como se pode perceber, não se trata propriamente de culto a Deus, mas de "sessão" dedicada à imprecação de encostos ou demônios que insistem em "encostar-se" nos adeptos e na clientela da Universal. Com uma intensão claramente proselitista a IURD faz uso dos mais diversos elementos sincréticos, o trecho abaixo, retirado de uma descrição feita por Campos (2003) sobre um ritual da Igreja fornece uma ligeira ideia da homologia existente entre certas crenças e práticas da Universal e as da Umbanda.

Um homem todo de branco comanda o culto, cercado por pombas-giras, exus e pretos-velhos. Os auxiliares também se vestem do branco mais puro e acreditam nos poderes do sal grosso e do galho de arruda. Esse é um ritual comum que acontece toda terça-feira as 15h 00 nos templos da IURD espalhados em todo o Brasil, estamos falando da Sessão do Descarrego, esse é o nome propagado pela

própria igreja do ritual que retira os encostos dos fiéis (CAMPOS, 1997, p. 48)

Apesar da imagem genérica em torno do sincretismo remeter-se comumente a uma suposta e tradicional tolerância religiosa dos brasileiros, a opção sincrética da IURD, cumpre frisar, não a levou a suprimir seus rompantes de intolerância nem sua notória hostilidade aos cultos afro-brasileiros. Daí uma das principais razões de seu envolvimento em diversos incidentes e conflitos religiosos ao longo dos anos.

Nos últimos anos, a IURD apesar de todos os percalços, conseguiu granjear maior legitimidade social e consolidar sua organização religiosa. Realizações que decorrem, em parte, da expansão de sua base demográfica e, em especial, de seu poder religioso, midiático, econômico e político.

A IURD se tornou num “sucesso” em se tratando de expansão e número de fiéis no Brasil e no mundo. Sua expansão internacional resulta de uma decisão da própria Igreja segundo seus cálculos e interesses, e ela se relaciona com as instâncias estatais somente naquilo que for exigido legalmente: passaporte, visto, registro, impostos. O procedimento usual é sempre o mesmo. A cúpula dirigente efetua um levantamento de países e cidades em que pensa instalar a Igreja. Nesta escolha é levada em consideração a possível clientela, e, sobretudo, a presença de brasileiros ou hispânicos. Decidido o país e a cidade, são enviados para lá um ou mais pastores que alugam um espaço, de preferência cinemas ou outros de tamanho razoável desativados, situados em lugar de grande circulação de pessoas, para dar início ao trabalho religioso.

O início da expansão internacional da IURD data de 1985, quando abre uma igreja no Paraguai. Em 1986, instala-se nos Estados Unidos e, em 1989, na Argentina, no Uruguai e em Portugal (Freston, 2001). No princípio a expansão é lenta. O ritmo começa a se acelerar a partir dos anos 90. Em 1995, o número de templos instalados no exterior é estimado em 221. Este número triplica em 1998, pois a estimativa era de quinhentos a mil templos. Em meados do ano de 2001, este número cresce outra vez, são 1500 templos espalhados por vários países.

Este crescimento continua, de acordo com os estudos de Corten (2002), a IURD pode ser encontrada em todos os países da América Latina, menos no Haiti. Também é encontrada na metade dos Países da África, no Canadá e nos Estados

Unidos, e na Europa numa dúzia de Países. Ela se espalha também nos Países do leste europeu e em alguns países da Ásia, como Japão, Filipinas, Índia.

No total são cem países, contudo, na maioria deles a sua implantação é simbólica, já que poucos são os países em que a IURD possui mais de cinquenta templos. Podemos enumerar, na América latina, além do Brasil, é claro, Argentina e Venezuela; na Europa, Portugal e Reino Unido; na África, Costa do Marfim, Moçambique e África do Sul e, finalmente, os Estados Unidos.

Se fosse possível resumir as principais razões de tamanho sucesso levando em conta tão-somente o lado da oferta e, com isso, desconsiderando o contexto social, cultural, religioso e político abrangente, *grosso modo*, poderia se afirmar que a extraordinária expansão numérica e institucional da Igreja Universal do Reino de Deus resulta do desempenho de sua liderança eclesiástica e administrativa à frente do governo denominacional, do trabalho religioso em período integral e da eficiência de seu clero, do ativismo militante dos obreiros, da oferta sistemática de serviços mágicos adaptados aos interesses materiais e ideais de estratos pobres da população, do sincretismo de crenças e práticas mágico-religiosas em continuidade com a religiosidade popular do poder de atração de sua mensagem, do investimento em redes de comunicação e da acentuada eficácia das técnicas e estratégias de proselitismo eletrônico.

2.2 Contextualizando a relação entre evangélicos e mídia

De acordo com estudos elaborados por Freston (1993) é possível elencar algumas justificativas para a relação entre os evangélicos e a mídia; os evangélicos têm por princípio religioso a divulgação de sua fé e isto deve acontecer por quaisquer meios de comunicação. Como consequência, sempre existe, entre os evangélicos, o desejo missionário do proselitismo que tem como característica principal a *simplificação da mensagem* para conversão de muitos. Além disso, com o crescimento dos evangélicos e a negação dos atrativos mundanos feita por eles, surgem condições culturais para uma socialização sectária através de discursos de variados tipos e produtos de bens simbólicos e materiais para dar sustentação à fé.

O estreitamento da relação entre evangélicos e mídia no Brasil acontece a partir de 1940, a primeira igreja a explorar os caminhos midiáticos foi a Igreja

Adventista com um programa no rádio com abrangência nacional, seguida pela Igreja Assembleia de Deus, A Igreja do Evangelho Quadrangular e a Igreja Deus é Amor. Esses programas de rádios seguiam o modelo norte-americano de evangelismo midiático, mais tarde houve uma desvinculação desses programas de sua base, pois já germinava a ideia de se criar programas voltados para a realidade brasileira.

O missionário canadense Robert McAlister começou, no finalzinho da década de 1950, um programa de rádio (*A voz da Nova Vida*) que posteriormente deu origem à Igreja de Nova Vida em 1960. Os primeiros programas de televisão começam a surgir nesta década, esses programas eram locais, de curta duração e novamente, os adventistas saíram na frente com um programa primeiro em São Paulo e depois no Rio de Janeiro. Em meados da década de 1960, o missionário Robert McAlister da Igreja de Nova Vida iniciou seu programa na TV Tupi/Rio, sendo o primeiro pentecostal a ingressar na televisão. Outras iniciativas foram acontecendo ao longo da década de 1970, mas nada como a importação dos televangelistas norte-americanos²⁸.

A Igreja Eletrônica norte-americana influenciou os pastores brasileiros através de programas como *Alguém Ama Você* de Rex Humbard, *Clube 700* de Pat Robertson, e os cultos do Pastor Jimmy Swaggart eram transmitidos para todo território nacional. Porém estes programas não produziram os mesmos resultados entre os fiéis brasileiros, já que não tiveram aqui o poder de mobilização e pressão que exerciam entre os norte-americanos, entre outras coisas, porque eram produzidos em outra cultura, com outra perspectiva de vida diferente da cultura brasileira, por isso esses não tiveram uma vida longa no Brasil e em meados da década de 1980 eles foram extintos.

²⁸ O primeiro homem a apresentar um programa religioso na televisão foi o pastor Billy Graham. Percebendo que seus sermões empolgavam as massas, o pastor começou a utilizar a televisão como uma extensão dos cultos, inaugurando assim aquilo que mais tarde seria denominado de Igreja Eletrônica. O culto eletrônico do Dr. Graham deu início a uma onda de imitadores nos Estados Unidos e no resto do mundo, fazendo crescer o movimento neopentecostal dentro e fora do território americano. Auxiliado por seus assistentes, o pregador era anunciado diversas vezes antes de entrar em cena, causando expectativa nos espectadores, sua oratória era sempre cheia de emoção e carisma para prender ainda mais a atenção de quem o assistia. A característica mais evidente que diferencia a Igreja Eletrônica são os líderes carismáticos (televangelistas), que na maior parte das vezes acabam sendo considerados verdadeiros astros pelos fiéis (FREESTON, 1993).

Esta relação entre evangélicos e mídia no Brasil pode ser visualizada a partir de alguns fatores: em vinte anos a televisão se tornou o maior veículo de comunicação de massa do país.

Na década de 1970 os programas importados foram substituídos por programas nacionais em horário nobre. A televisão brasileira *nasceu* aberta ao mercado e o aumento de evangélicos na população brasileira justificou uma mídia especializada voltada para este grupo. O fim do regime militar gerou uma abertura cultural-religiosa no país e abriu espaço para a entrada dos televangélicos.

Em 1989, quando várias denominações detinham concessões de rádios, a IURD adquiriu a Rede Record de Televisão se tornando a primeira denominação evangélica a ser proprietária de uma televisão com cobertura nacional.

O interesse crescente sobre a relação entre evangélicos e mídia se detém mais no uso que estes fazem da televisão. Com certeza, a televisão dá maior visibilidade a qualquer grupo. Porém, poucas são as denominações evangélicas que possuem concessão de televisão, estas formam a *Mídia Denominacional*, isto é, mídias que estão em função de alguma igreja específica, a IURD, por exemplo.

Há ainda as investidas de lideranças evangélicas nas emissoras comerciais com programas próprios, alguns auto-sustentáveis e outros que vivem de mantenedores alcançados pelo próprio programa. É o caso dos programas *Vitória em Cristo* do Pastor Silas Malafaia exibido na Rede TV aos sábados pela manhã, e outros com menos tempo na mesma emissora e em outras, exemplos que denominamos de *Líderes Carismáticos na Mídia*, isto porque, apesar de todos os pastores e apresentadores que fazem esses programas estarem ligados a alguma denominação, exceto as que têm sua própria mídia, eles não fazem divulgação de suas denominações, mas de si mesmos e de suas igrejas.

Reconhecemos também os programas de igrejas autônomas. Igrejas que têm se notabilizado por um grande aparato administrativo-empresarial e que investem muito em sua marca para conquistar fiéis. É o caso do Programa Diante do Trono, da Igreja Batista da Lagoinha em Belo Horizonte, também exibido na Rede TV no sábado de manhã e na Rede Super, canal 15 na parabólica.

Como afirma Freston (1994), a televisão busca um público sempre maior, o que resulta numa padronização da programação. Poucas televisões e poucos programas fogem ao padrão mínimo de aceitação geral.

Se levarmos em conta que a Igreja Eletrônica não possui fiéis e sim clientes, poderíamos pensar num novo tipo de indivíduo religioso que busca os bens simbólicos e materiais produzidos por essas igrejas, por isso se utilizarmos a noção bourdiana de campo percebemos que os campos sociais transbordam, se interpenetram num jogo de força e dinâmica social. Particularmente o campo religioso e o campo econômico estabelecem relações de proximidade de tal forma que a linguagem religiosa se faz presente na economia tanto quanto as estratégias econômicas passam a ser utilizadas pelas religiões. Desta forma, entendemos ser necessário identificar, panoramicamente, a contemporaneidade, a sociedade pluralista e mercantil como condição sociocultural para todo esse empreendimento comunicacional.

Rega (2003), descreveu em seu artigo intitulado “*Fast food gospel*” que em uma perspectiva cristã a religião dos dias atuais partiu para o espetáculo para atrair as massas e o financiamento dos seus projetos. As questões de ordem religiosa, agora travestidas em projetos de “boa vida”, como afirma o autor, são manifestações que não correspondem à realidade, pois são igualmente propostas fantasiosas resultantes de um mundo de transitório e transitado por diferentes pessoas e valores. Onde a própria vida se transforma em espetáculo e o entretenimento é uma promessa de estilo de vida que reúne bom humor, alto astral e benefícios subjetivos, porém, como conclui Trigo (2003), altamente gratificantes.

Nesse enredo contemporâneo, todos nós somos transformados, ao mesmo tempo, em protagonistas e espectadores de um grandioso espetáculo que nunca sai do ar, um show muito mais rico, complexo e interessante do que os produzidos pelos meios de comunicação convencionais: “*O Espectáculo Universal da Fé*”, busca incessante uma recriação imaginária da própria vida. Afinal, na “*Novela da vida real*”, os personagens somos nós. Por isso mesmo a religião-entretenimento dos dias de hoje parece também divertida, fácil, animada, colorida e sensacional. É um espetáculo para as massas, fazendo uma ligação com o que afirmou Debord (1967).

As igrejas evangélicas com o passar do tempo compreenderam que a televisão representa a forma mais rápida e abrangente para arregimentar fiéis. A partir disso, produzir programas e comprar espaços em diversos horários foi o passo seguinte. Podemos ver esses programas hoje em vários canais e horários diferentes. Contudo é indiscutível que nesta corrida por concessões midiática a IURD saiu na frente ao adquirir em 1991 a Rede Record, a rede Mulher e a Rede

Família. Além disso, ela possui programas que são transmitidos pela BAND, CNT e Gazeta.

2.3 A IURD e sua relação com a mídia

A IURD diferentemente de outras denominações religiosas soube aproveitar os espaços deixados pelas outras igrejas, bem como as lacunas do Estado em garantir os direitos fundamentais dos cidadãos, desta forma, ela produz programas para a resolução dos mais diversos problemas e assim procura abranger o maior número de espectadores. São programas como: “Fala que e te escuto”, “Terapia Espiritual”, “A Hora dos Empresários”, “Casos Reais” e “Mistérios”. Estes programas buscam divulgar as bases teológicas da IURD de forma sutil e despretensiosa, com apelos emocionais para aqueles que perderam um amor ou estão em busca de um, ou aquelas pessoas que faliram em seus negócios ou pretendem abrir um empreendimento duradouro e lucrativo.

A Igreja Universal do Reino de Deus é a maior proprietária de concessões de televisão do País. São 39 emissoras próprias e afiliadas de TV somando 247 retransmissoras em todo o País, além de 40 emissoras de rádio registradas em nome de um grupo de pastores. A igreja ainda arrenda 36 emissoras de rádios que integram a Rede Aleluia.

Nos últimos cinco anos, as principais emissoras de televisão da Record foram transferidas de bispos da IURD e registradas em nome de Edir Macedo. De acordo com os dados apresentados pela ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações), Edir Macedo se tornou dono de 99% das ações da TV Capital, geradora da Rede Record em Brasília, de 50% da TV Sociedade, de Belo Horizonte, de 48% da TV Record do Rio de Janeiro e 40% da Record de São José do Rio Preto (SP).

A emenda constitucional 222 que autorizou a participação de pessoas jurídicas como acionistas de rádio e televisão possibilitou o crescimento da IURD no meio midiático, já que antes dessa emenda só pessoas físicas e brasileiros natos (ou naturalizados a mais de 10 anos) poderiam possuir empresas midiáticas. Até a mudança constitucional, o Bispo Edir Macedo e sua esposa, Ester Bezerra, eram proprietários, oficialmente, apenas de duas emissoras de televisão (a Rádio e

Televisão Record S.A, que tem a concessão em São Paulo, e a Record de São José do Rio Preto), além da Rádio Copacabana, no Rio, sua primeira investida na mídia. A Rádio e Televisão Record S.A, a qual o bispo Edir Macedo tem 90% das ações e sua esposa, Ester Bezerra, 10%, foi comprada de outros bispos vinculados a IURD. O valor atual estimado da Rede Record é de R\$ 6 bilhões.

O Bispo Edir Macedo comprou a Record de Silvio Santos e da família Machado de Carvalho, por US\$ 45 milhões, em 1989, o que significa um crescimento patrimonial do grupo exponencialmente desde então.

O bispo Marcelo da Silva, presidente da TV Record do Rio, é acionista de sete rádios e de três televisões (TV Record de Bauru, TV Independência Sudoeste, no Paraná e TV Record de Campos, no Norte Fluminense).

O bispo Sidnei Marques, de Belo Horizonte, é acionista de seis rádios e das televisões de Belém (TV Marajoara), Brasília e da Rede Mulher. O bispo antes escolhido por Edir Macedo para sucedê-lo, era Romualdo Panceiro, que possuía ações da Rede Família, da Record News, da Record de Campos (Norte Fluminense) e de uma rádio na Bahia.

O deputado federal e bispo licenciado Antônio Carlos Bulhões (PMDB-SP), é acionista de seis rádios (96 FM - Salvador (BA), Radio Catedral – Canoas (RS), Radio Metropolitana Santista LTDA – São Vicente (SP), Rádio Capital AM - Porto Alegre (RS) e Record News Araraquara - Araraquara (SP) rede Aleluia de Rádio - Florianópolis (SC) e da Rede Mulher (atual Record News).

A legislação em vigor não permite que igrejas explorem diretamente, o serviço de radiodifusão. A Igreja Católica tem a maioria de suas emissoras (12 TVs e 215 rádios) em nome de fundações.

A IURD ultrapassou as Organizações Globo em número de concessões próprias de televisão, mas a Record disputa com a BAND o segundo lugar em faturamento publicitário.

Hoje, a Globo tem quinze concessões de TV (São Paulo, Rio, Recife, Belo Horizonte, Brasília entre outras) e filhos e netos de Roberto Marinho têm 10% do capital de 18 afiliadas. Os grupos Bandeirantes e SBT têm 10 concessões de TV, cada um.

Em 34 anos de existência, completados em julho de 2011, a Igreja Universal do Reino de Deus construiu não apenas um império de radiodifusão, mas um conglomerado empresarial em torno dela. Além das rádios e concessões de TV, ela

possui ainda dois jornais diários ("Hoje em Dia", de Belo Horizonte, e "Correio do Povo", de Porto Alegre), as gráficas Ediminas e Universal, quatro empresas de participações (que são acionistas de outras empresas), uma agência de turismo, uma imobiliária, uma empresa de seguro saúde. Não podemos esquecer o seu jornal de maior sucesso e abrangência o "Folha Universal"²⁹.

Desde os primeiros anos após ter sua concessão cedida para a Igreja Universal do Reino de Deus, a Rede Record apresentou de imediato, características básicas da Igreja Eletrônica, espelhando suas técnicas e produções nos valores comerciais da indústria televisiva. Trabalhando com a trilogia: fé, salvação e cura. Vendendo a salvação, os televangelistas prometem na TV à cura de doenças como o homossexualismo, ascensão social, a paz de espírito, resolução de brigas em família, a salvação do mundo das drogas, tudo dentro de estratégias de *marketing* que visam atingir ainda mais fiéis (CAMPOS 1988, p. 23).

A IURD através da Rede Record utiliza sua verdade bíblica com o intuito de aumentar ainda mais a credibilidade de sua teologia. Ao longo dos programas e cultos, os pastores pregam que só é feliz quem faz parte da IURD. As pessoas aparecem dando testemunhos, dizendo-se livres dos mais diversos problemas, sejam eles emocionais ou até mesmo financeiros.

O tema família tem sido constantemente resgatado nos programas religiosos da IURD, este fato se tornou evidente quando fiz o mapeamento dos temas abordados em 04 meses de gravação do programa "Fala que eu te escuto", cerca de 42% dos programas tratava de forma direta ou indireta sobre temas envolvendo a família ou as relações familiares.

É perceptível na atualidade que o telespectador possui uma nova relação com a mídia, a religião e os produtos eletrônicos que são ofertados por estas. Quando o telespectador assiste ao programa "Fala que eu te escuto", ele tem a garantia de ter alguém para escutá-lo, ajudá-lo através da participação por e-mail, telefone ou até pela tela da TV, com a oração no final com o copo com água e o milagre instantâneo

²⁹ Os jornais diários foram adquiridos na negociação de compra de TVs. O "Correio do Povo" (segundo jornal em circulação do Rio Grande do Sul, com uma média diária de 155 mil exemplares) fez parte do pacote que incluiu a TV Guaíba e duas rádios. O jornal foi comprado em nome da TV Record de São Paulo e do Rio, por cerca de R\$ 100 milhões. São acionistas da Ediminas, que editam o jornal mineiro "Hoje em Dia", o bispo Marcelo Silva e o ex-deputado federal e ex-bispo Carlos Rodrigues são "colaboradores", a editora recebe R\$ 0,25 por exemplar para imprimir o jornal semanal da igreja, o "Folha Universal", que tem tiragem de 2 milhões de exemplares.

do pastor. Toda essa experiência é mediada pelos meios de TV, telefone e Internet, sem precisar nem mesmo sair do conforto do seu lar.

O proselitismo na TV constitui o mais poderoso meio empregado pela IURD para atrair rapidamente grande número de indivíduos das mais diversas localidades geográficas à igreja. Por sua capacidade ímpar de interação, ela se mostra eficaz em levar sua mensagem e seu apelo religioso aos lares, o evangelismo eletrônico apresenta a vantagem de poder alcançar aqueles que não possuem contato ou relação de confiança, amizade e parentesco com fiéis da denominação.

A TV prioriza igualmente a exibição de testemunhos de fiéis e a oferta de soluções mágico-religiosas para sanar os problemas dos telespectadores. Além de cumprirem o papel de desbancar as religiões concorrentes, apontadas frequentemente como ineficientes, demoníacas e responsáveis pelos infortúnios vivenciados pelos conversos antes de seu encontro com Cristo, os testemunhos de bênçãos recebidas funcionam como comprovação prática inegável da realização das promessas de bênçãos e milagres divinos propagandeados pela igreja. De modo que eles constituem a principal vitrine da denominação para demonstrar aos ouvintes e telespectadores o real poder da IURD em derrotar o Diabo e os males causados por ele e, por meio disso, de pôr fim aos problemas materiais e espirituais que afligem os seres humanos.

Diferentemente das igrejas cujos programas enfatizam a difusão do ensino doutrinário, ou transmitem preponderantemente sermões ou preleções teológicas, a Universal destaca o poder transformador de Deus na vida dos homens, exibindo testemunhos propagandísticos de curas, milagres, intervenções e bênçãos divinas de toda espécie. Além disso, seu evangelismo eletrônico procura funcionar como linha de transmissão das atividades realizadas nos cultos públicos, convidando insistentemente os ouvintes a comparecerem nos cultos, eventos e campanhas da igreja. Com isso, visa a atrair os ouvintes e telespectadores para os templos, locais em que poderão efetivamente ser persuadidos de que precisam ser libertos dos poderes demoníacos, de que necessitam ter um encontro com Cristo, de que devem obedecer a Deus e, por fim, permanecer na igreja como condição necessária para assegurar a salvação.

A presença da IURD na mídia pode ser percebida, embora de uma forma superficial, no quadro a seguir. Nela, tentamos privilegiar a mensuração como forma de visibilizar um fenômeno percebido, mas nem sempre nas dimensões concretas.

Quadro 01 – Emissoras de televisão pertencentes a IURD

Rede ou Emissora	Emissoras próprias	Emissoras afiliadas	Repetidoras ou retransmissoras	Data de fundação	Observações
Rede Record de Televisão (IURD)	12	82	Não anotadas	1953	Transmite via satélite – Record Internacional 9 canais exclusivos
Record News (IURD)	24	101	167	2007	Canal de notícia. Laico.
Rede Família (IURD)	03		66		Canal com programação religiosa

Fonte: www.arcauniversal.com

A aquisição da Rede Record pela IURD representou o início de um processo de desregulação do até então laico mercado televisivo no Brasil. A compra da Record por US\$ 45 milhões e o compromisso assumido por Macedo, de pagar US\$ 300 milhões, representaram um novo capítulo da inserção neopentecostal na mídia televisiva brasileira. A versão de Macedo sobre o episódio e suas consequências se tornaram públicas com a biografia autorizada de autoria de Tavoraro (2007).

Na tentativa de atingir novos públicos, a IURD lançou mão da televisão para iniciar a formação de comunidades neopentecostais brasileiras de caráter virtual. Com programações heterogêneas, esta igreja, atrai para a televisão e templos um grande contingente de consumidores formado, especialmente, por mulheres. Para tanto, produzem programas que se aproximam do estilo do que Beylot (1997, p. 53-60) destaca como *reality show* ou *televisão verdade*, onde a conversão e o cotidiano do converso são apresentados como autênticos e verdadeiros, fazendo com que o receptor se aproxime das propostas de conversão.

Dessa forma, configura-se, no Brasil, uma nova visão do que seria o fiel neopentecostal que vive em concomitância, a fé territorializada e desterritorializada, formando comunidades religiosas de caráter virtual, onde seus membros participam das propostas religiosas, alternando suas presenças, ora nos espaços físicos dos templos, ora, fora deles.

É nessa perspectiva que as comunidades neopentecostais de caráter televisivo passam a desenvolver o papel de coadjuvantes nos processos de identificação religiosa, agora também, cunhados à distância, no universo das virtualidades e não apenas nos templos.

Essas comunidades neopentecostais, através de sua programação, ministram pela televisão consolo, dando lenitivo, alívio ou suavizando aflições, sofrimentos e padecimentos, proporcionando sensação agradável de prazer, pondo termo aos sofrimentos e humilhações, mesmo que em estado de simulação, aos seus receptores que formam o que denomino aqui, de uma espécie de lenitivo para as mazelas sociais e espirituais.

Os programas veiculados pela IURD tratam de informar e difundir seus preceitos religiosos nos espaços domésticos, pelas cidades, por meio, do movimento dos indivíduos solitários em suas peregrinações pelas grandes cidades. Como consequência dessa nova configuração das relações, a IURD ganha novos adeptos, por meio da difusão eletrônica das mensagens da fé, mesmo que com isso, em alguns casos, percam alguns adeptos e simpatizantes mais tradicionais.

A IURD passa a tratar a televisão como veículo que propicia, acelera e amplia o fluxo de mensagens de fé, que vão atingir a população, que está vivendo situação de isolamento nas grandes cidades brasileiras.

A programação televisiva dessa Igreja apresenta a conversão, por meio de relatos que dialogam com os anseios mais íntimos de seus receptores, promovendo a esperança do encontro da cura, da felicidade, da juventude e da prosperidade econômica. Ao procurar formar novas mentalidades, a IURD, oferece e difunde sua proposta de fé, através, de programas, que expõe os dramas individuais como superados pela fé.

Ela ainda transforma as vivências religiosas dos templos em espetáculos televisivos, apresentando a realidade cotidiana relida pela ficção. O público receptor, por sua vez, parece aceitar fascinado por tal mudança. Assim, a IURD coloca-se no *“mercado dos bens de salvação”* marcando presença nos quadros do que Morin

(1967, p. 23-25) chamou de “o tempo da segunda industrialização, a industrialização dos espíritos”.

O contexto religioso televisivo, fabricado em escala industrial pela IURD, apresenta a ideologia do consumo como ponto central sobre o qual um complexo ritual simbólico e espetacularizado definem para os sujeitos sociais modelos de conduta. Assim, os critérios de poder e de prestígio social, que as pessoas acreditam deter na sociedade, são apresentados sem que, em nenhum momento, sejam questionados em sua existência real.

O acesso à renda, associado à fé é apresentado pela programação televisiva Pentecostal, como o elemento significativo, por meio do qual as pessoas creem poder ascender socialmente adquirindo os bens materiais e simbólicos necessários à realização de um estilo de vida que evidencia uma marcante mobilidade social.

Dessa forma, verifica-se como as camadas populares convertidas ao Pentecostalismo vêem representados seus desejos de participar do processo simbólico que reafirma os poderes de uma sociedade que reifica a cultura do consumo.

A televisão da IURD absorve e se apropria das vivências domésticas para dar veracidade aos seus conteúdos programáticos, visando dar ritmo ao cotidiano de suas programações onde o território virtual ganha lugar de destaque, fazendo com que as possibilidades de consumo da fé e seus efeitos sejam vivenciados em seus lares.

Segundo informações de alguns pastores da IURD pretende-se com isso, criar e reforçar no receptor um imaginário onde “as Graças do Espírito Santo de Jesus cheguem aos lares, sem que se tenha, cotidiana e obrigatoriamente, que sair de casa para ir ao templo.”³⁰

A programação religiosa da IURD apresentada na televisão aparece como um novo organizador das experiências religiosas, formando as novas sensibilidades e singularidades do ser fiel. Recuperam-se, assim, liames de relacionamento de base comunitário-religiosa, em contraposição aos de caráter impessoal e individualista que permeiam as sociedades ocidentais.

Os fiéis integrados aos programas televisivos oferecidos pela IURD privilegiam o consumo dos bens materiais e simbólicos e procuram reordenar,

³⁰ Fala resgatado do programa “Fala que eu te escuto”, pelo pastor Clodomir Santos no dia 07 de julho de 2010.

individualmente, seus projetos de vida. Assim, reelaborações de caráter simbólico-religioso podem ser reinventadas pelos fiéis em seus espaços domésticos virtuais, para expressar a não aceitação da solidão, silêncio e opressão, evocando, por exemplo, a crença na superação de todo tipo de carência pela “graça do Espírito Santo”.

É possível perceber um discurso circular nesses programas, já que estes oferecem aos seus receptores a “ilusão da reversibilidade” das situações vividas, isto é, procura-se cultivar no fiel a ideia que “tudo é possível”, desde que esteja com Deus e o Espírito Santo. Desta forma, esses programas coloca para si a tarefa básica de construir uma imagem de grupo religioso centrado na promoção de ações solidárias entre seus membros.

Ao usar a mídia eletrônica de maneira tão expressiva, criando a ideia de comunidades solidárias, a IURD procura maximizar a provisão de compensações concretas e imediatas neste mundo, adaptando sua mensagem religiosa (conteúdo, forma e meios de transmissão) à vida material e cultural das massas pobres, a fim de provê-las de sentido, significação do por que se encontram vivendo como vivem e justificação de sua existência numa dada posição social, fornecendo-lhes recursos simbólicos e rituais para mudar subjetivamente de vida.

Pode-se observar, portanto, que a igreja optou por unir conhecimentos e aparatos tecnológicos de ponta nas áreas de propaganda e comunicação a crenças e práticas religiosas em profunda tensão com saberes, valores e instituições da modernidade. De um lado, estão as técnicas de *marketing*, as redes de rádio e TV, a música, os jornais, as revistas, a literatura, a internet; de outro, os dízimos, os ritos exorcistas, as curas divinas, as promessas de milagre e de prosperidade material. Em suma: em busca de eficácia proselitista a Universal optou por investir maciçamente em técnicas avançadas de propaganda e no evangelismo eletrônico e por dilatar e sistematizar a oferta da “salvação”. O programa “Fala que eu te escuto” consegue representar de forma satisfatória e eficaz esse proselitismo, conforme veremos a seguir.

No capítulo seguinte trataremos especificamente do programa “Fala que eu te escuto”, apresentando suas especificidades e caráter dinâmico, já que o programa se reveste de várias roupagens como meio para conseguir prender a atenção do telespectador.

III CAPÍTULO – O PROGRAMA “FALA QUE EU TE ESCUTO”: UM PROGRAMA A SERVIÇO DE DEUS OU DA IGREJA?

Os televangelistas prometem na TV a cura de doenças, ascensão social, à paz de espírito: discutem homossexualismo, brigas em família, tudo dentro de estratégias de *marketing* que visam atingir ainda mais fiéis. (CAMPOS, 1998, 73)

O Programa “Fala que eu te escuto” é a representação de ritual que desencadeia um ciclo de atividades que podem ser distribuídas entre rituais privados e públicos. A dimensão espetacular é constitutiva apenas da face pública do programa, que correspondem às reportagens cuja apresentação demonstra um conhecimento de jornalismo, *marketing* e propaganda. Embora a estrutura do programa seja quase sempre a mesma, isto é, a primeira parte contendo mais ou menos de 25 a 30 minutos para as reportagens, a segunda para a participação dos fiéis (em torno de 25 minutos), o momento de oração e a despedida. A experiência de assisti-los não assume o mesmo significado para todos, já que uma mesma sequência ritual pode significar coisas diferentes para pessoas diferentes. Nessa perspectiva de análise, os programas analisados podem ser tratados como textos que se abrem a diversas leituras. Uma leitura entre outras possíveis é aquela que evidencia a dimensão espetacular do programa. É esta dimensão espetacular que se ocupa este trabalho.

Para o segmento leigo do programa, “assistir ao programa” é, antes de tudo, colocar-se na posição de observador externo, de espectador, assumir uma postura de não comprometimento religioso com o que vai ser observado, admirado ou criticado. Alegam-se as mais variadas justificativas ou motivações para assistir a esses programas: “porque é interessante”, “porque não se tem nada para fazer neste horário” “porque traz boas reportagens” “porque estava com insônia ou algum problema”, “por curiosidade”. Mais do que entender, o leigo busca antes de tudo ver. Para esse segmento leigo que assiste ao programa, prevalece o sentido do ritual público como exibição enquanto para o segmento religioso, prevalece o sentido de celebração.

O programa “Fala que eu te escuto” é considerado o programa oficial da Igreja Universal do Reino de Deus e carro chefe de sua programação nas

madrugadas do Brasil e em países da América do Sul. Apresentado no Brasil pela Rede Record de Televisão O “Fala que eu te escuto”, surgiu em meados da década de 1990, e inicialmente apresentava apenas temas religiosos. Aos poucos, foi dando ênfase ao noticiário e apresentando temas polêmicos como violência, prostituição, drogas, homoafetividade, estética e beleza entre outros. O programa é apresentado ao vivo, no início da madrugada (entre 1h 15 e 1 h e 30 da manhã).

Diariamente, temas da atualidade são debatidos por pastores e bispos da Igreja Universal do Reino de Deus. Ocorre também a participação de telespectadores, por telefone, por redes sociais e e-mail. A produção do programa fica a cargo da Arca Universal, empresa ligada à IURD. O programa já venceu na disputa pela audiência com o Programa do Jô, que é exibido na mesma faixa de horário, como líder isolado, segundo dados do IBOPE, o “Fala que eu te escuto” registrou uma média de 9 pontos, contra 5 da Globo em meados de outubro de 2009.

Muitas afiliadas da Rede Record fazem versões regionais do programa. Na TV Record do Rio de Janeiro, o programa é apresentado pelo bispo Darlan Ávila e Pastor Antônio Moraes, na TV Record de São Paulo é apresentado pelo bispo Clodomir Santos e Pastor André Cajeu; em Salvador, na TV Itapoan, pelos bispos Jadson Santos e Willian Barbosa, numa versão exibida para toda a Região Nordeste e Norte do País. É considerado um grande sucesso de programação religiosa brasileira sem precedentes na história e o maior do seu gênero.

O programa é realizado por uma equipe de reportagem composta por Soraya Campos (chefe de reportagem), Maria Clara Leite (repórter), Tatiane Temporim (repórter), Renato Gollo (repórter), Janaína Tadeu (coordenação de produção), Mila Godoy (produção de pauta)³¹.

O programa “Fala que eu te escuto” é dividido em partes. A primeira parte do programa em torno de 25 minutos é dedicada às reportagens sobre o tema abordado, 30 minutos em média são destinados a participação e testemunho dos telespectadores, 10 minutos para a oração (com o copo d’água) e 5 minutos para o *blog* do bispo e suas palavras incentivadoras.

Uma das características marcantes do programa é a larga utilização de imagens do cotidiano e principalmente de personalidades midiáticas e imagens

³¹ Ver todas as informações biográficas desses personagens em anexo.

icônicas (atores, cantores, empresários, alguns conhecidos nacionalmente). Esta opção pelas imagens icônicas é considerada uma estratégia do programa para atrair telespectadores, utilizando-se de uma técnica empregada no jornalismo institucional que se constitui em utilizar imagens de pessoas “famosas” para atrair e dar credibilidade ao tema discutido, proporcionando um maior interesse por parte dos telespectadores, além de ser considerada uma característica do jornalismo moderno.

Podemos então definir o programa “Fala que eu te escuto”, como um programa televisivo que usa o formato e as dimensões de tempo de um programa de TV que traz informações (peças que produzem conhecimento) aos fiéis, simpatizantes e o público em geral. Em consonância com o espírito do grupo que o produz, é polêmico e auto-afirmativo, o que reflete o posicionamento ideológico do grupo mais que qualquer outra coisa.

O “programa das madrugadas” como ficou conhecido, suscita interesse pela sua especificidade e pela sua linguagem dramática, o que levanta questões sobre o tipo de jornalismo praticado. Para *Ciro Marcondes Filho* (1993, p 38),

Antigamente o jornalismo era um tipo de ação política visando alterar o quadro de forças sociais a partir do debate de ideologias e visões do mundo. Hoje em dia, as paixões, os fanatismos, a submissão a uma religião, a um partido, a uma doutrina, a um político são responsáveis pelas deturpações, pois plano emotivo sobrepõe-se ao racional e permite que o discurso desenvolva-se livremente como uma pregação ideológica.

Por outro lado *Clóvis Rossi* (1998, p. 07) afirma que o jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes.

Para buscar uma compreensão sobre o programa a pesquisa procurou levantar primeiramente as principais características do seu discurso através da análise de conteúdos propostos pelo programa, decompondo as categorias de mensagens veiculadas, os gêneros jornalísticos, o conteúdo dos testemunhos, das imagens veiculadas, das músicas selecionadas, para que assim fosse possível tipificá-lo. Depois de conhecermos o conteúdo, buscamos a compreensão do seu discurso e como ele se dá efetivamente. Após identificarmos as categorias fundamentais da teologia da IURD, busquei entender a frequência de abordagem de

determinados temas no programa e qual o seu significado para o fiel ou o público em geral, esta compreensão só foi possível a partir da utilização da técnica de análise de conteúdo.

O programa “Fala que eu escuto”, patrocinado pela IURD, ao expor temas polêmicos e chamar para o debate os mais diversos públicos principalmente as mulheres que narram seus processos de conversão, vai atravessando fronteiras, trabalhando um discurso proselitista que difunde o princípio da igualdade de todos aqueles que consomem a fé.

Apesar da eficácia do evangelismo eletrônico da Universal, deve-se atentar para o fato de que o programa “Fala que eu te escuto” converte poucos fiéis, apenas os atrai (o que não é pouco), em maior ou menor número, leva indivíduos aos templos e auxilia na implantação e divulgação de novas congregações. É no interior dos templos que a pregação ou a oferta mágico-religiosa da igreja pode se tornar plausível, isto é, romper ceticismos e barreiras que impeçam o virtual adepto de se entregar a Jesus, de mudar de religião e de se manter na nova comunidade religiosa. Seja nos casos em que atuam familiares, amigos, vizinhos, colegas de escola ou trabalho, seja naqueles em que mídia eletrônica, literatura, pregações em MP3 ou em vídeo, CDs e música *gospel* atraem os potenciais adeptos, as relações interpessoais são cruciais na adesão à igreja e mais ainda no processo de conversão.

Ao analisarmos o conteúdo desses programas verificamos a presença do elemento espetacular, fantasioso, já que os telespectadores necessitam mesmo que seja através da televisão sair da sua realidade sofrida e adentrar ao mundo propiciado pela ilusão da TV, onde tudo é possível, onde o paraíso é perfeitamente alcançável, onde os problemas financeiros podem ser resolvidos com oração, que a saúde pode ser restaurada, os problemas familiares deixam de existir, enfim todas as dificuldades são rapidamente solucionadas, só dependem da sua fé em Cristo. Por isso, a presença de testemunhos é imprescindível, para apresentar empresários bem sucedidos, famílias harmônicas e uma vida sem nenhum tipo de problema mundano. Essa fábrica de “ilusões” características dos programas da IURD pretendem contrapor-se diretamente com a decepção das utopias políticas e sociais características do século XX.

O telespectador é considerado um possível fiel, capaz de aceitar tudo o que é oferecido pela TV. A Igreja Universal prioriza a adesão do telespectador a instituição

religiosa, oferecendo produtos para obter uma “vida abençoada”, convida a participar das reuniões e tornar-se um membro ativo da igreja, oferece produtos como CDs e livros. O programa “Fala que eu te escuto” revela uma preocupação em sua produção na intenção de informar e entreter, contudo, o objetivo maior não é a audiência para o programa, mas sim o convencimento a participar da igreja.

O programa “Fala que eu te escuto” pode ser considerado uma miscelânea de textos porque reúne no mesmo meio várias linguagens: linguagem visual, verbal escrita e oral, musical, gestual, e outras. A significação do texto é obtida pelo conjunto das linguagens, não se deve considerar que cada uma delas tenha seu próprio sentido, mas a relação de todas as linguagens é que produzem o sentido do texto, se uma imagem significa algo, a música e o texto verbal escrito também deve produzir o mesmo sentido para que a mensagem final seja confirmada, todas as linguagens se complementam para um todo de sentido.

O fazer comunicativo é representado por um destinador e um destinatário, ao invés de emissor e receptor. O destinador exerce as funções de um fazer emissor, ao enunciar a mensagem e também um fazer persuasivo, para convencer o destinatário da veracidade dessa mensagem, que por sua vez, realiza um fazer receptivo, quando recebe a mensagem e um fazer interpretativo, no qual através de competência semântica interpreta a persuasão do destinador, para, em seguida, acreditar nele ou não.

Fiorin (1988) afirma que nenhuma comunicação é neutra, as relações entre os sujeitos são marcadamente ideológicas, ao se tomar como base a linguagem verbal oral. Fiorin (1998) também discerne discurso e fala, enquanto o discurso é uma combinação de elementos linguísticos com propósito de exprimir pensamentos, a fala é a exteriorização física do discurso. Os sujeitos da comunicação devem ser considerados como sujeitos competentes de qualidades, que se comuniquem dos dois tipos, modais e semânticas. A mensagem é um discurso exteriorizado pela “sequência de sinais” de fala. Embora o desenvolvimento da narrativa do programa religioso na TV esteja ancorado no discurso verbal, a construção dos efeitos de sentido é mais eficiente à medida que se estabelece melhor relação estratégica entre as diversas linguagens. Para compreender o discurso religioso na televisão é necessário analisar um conjunto organizado de elementos que criam uma unidade, subordinados a certas leis, a certos critérios de relação, para formar o sentido.

Contudo, nos desdobraremos sobre a importância do programa “Fala que eu te escuto”, criado pela IURD e transmitido pela Rede Record de televisão de segunda a sexta. Julgamos que essa visibilidade pentecostal na mídia é um fenômeno muito significativo, e que sinaliza para grandes mudanças internas. Com efeito, no ponto em que chegamos a plateia, inclusive a religiosa, quer ver o espelho. Todavia, como bem lembra Pena (2006), o espelho carrega o “melodrama”. Dessa forma, o suicida, o homossexual, a alcoólatra, a obesa depressiva, o casal em busca de ajuda e a mulher doente com câncer, e mais tantas outras caracterizações expostas nos programas religiosos, trazem em si o enredo e o roteiro da trama, sustentando conflitos e produzindo identificações por parte da audiência.

Para que essa visão fique mais clara, tomamos algumas das caracterizações listadas por Sathler (2007, p. 82-83) no que diz respeito à produção dos fenômenos midiáticos com vistas ao entretenimento; e, à medida que apresentamos tais características, vamos intercalando-as com a produção do que observamos no programa “Fala que eu te escuto”.

Sathler (2007, p. 84) pondera que se magia é tentar subordinar os deuses e alcançar benefícios imediatos, individuais ou para o círculo de pessoas mais próximas, é bem provável que estejamos presenciando, no rol das novidades religiosas, o retorno da magia sobre as manifestações religiosas contemporâneas, principalmente as de ênfase midiática. Afinal, teologia e doutrina não têm o mesmo impacto visual que manifestações sobrenaturais programáveis.

Nesse contexto, a palavra de ordem é “novidade” e “o que vale é o que atrai e movimenta o maior número de pessoas agora”. Por isso, os temas abordados no programa são chamativos, as enquetes são polêmicas, abertas ao diálogo o que grosso modo é um paradoxo em si tratando de um programa religioso. O que podemos perceber claramente é que recursos áudios-visuais são amplamente usados para o entretenimento religioso, visto que, as grandes igrejas precisam dominar a televisão para sobreviver. Tão somente porque programas religiosos de rádio e televisão quase não atraem receita publicitária, contudo, não há modo melhor para atrair fiéis para os templos do que as novidades revisitadas. Este fato é perceptível nos temas que são discutidos no programa, haja visto que aqueles que receberam uma maior atenção por aparte do público com interação direta e indireta são retrabalhados. Isso faz parte da essência de toda e qualquer produção com

vistas ao entretenimento. O “novo”, o “inusitado” e o “diferente” têm que ter lugar. Esse espaço viabiliza o chamariz para os templos, os verdadeiros celeiros das ofertas. Maior exemplo desse fato está nos estudos realizados por Campos (1998) que afirmam que oito em cada dez fiéis que chegam a um dos templos da Igreja Universal foram cativados pela pregação no vídeo, imediatista e cheia de novidades.

Essa busca permanente pela novidade é apenas uma das facetas do entretenimento. Na sociedade espetacular, em termos de mídia, a seleção dos fatos que geram interesse e audiência se dá na medida em que eles têm a capacidade de emocionar, divertir ou gerar curiosidade nas pessoas. Se observarmos a programação diária da RECORD vemos que existe uma conexão direta entre os temas apresentados no programa com as notícias veiculadas nos jornais, nas revistas o que foi notícia e “agrada” a população.

Sathler (2007) também enfatiza que na esfera midiática religiosa o presente dita o que deve ser visto e comentado, causando assim, o efeito “descartável” constante, gerando superficialidade e a busca ao império dos sentidos em contraste a laboriosa reflexão. Para o autor, vale o que emociona, mesmo que signifique pouco ou nada, emoção que não pede reflexão, que gerem reações instantâneas, instintivas, atávicas. As pulsões são incentivadas ao máximo: a violência, a desestruturação familiar, as drogas, os problemas sociais são eixos estruturantes, pois leva lentamente o indivíduo perceber que estes fatos estão relacionados a “falta de Deus”.

No programa “Fala que eu te escuto”, imagens picantes e abordagem insistente sobre temas sexuais estão ficando “lugar-comum”. É com essa estratégia na qual a “emoção não pede reflexão” que há o estímulo às reações “instantâneas, instintivas e atávicas”.

O programa “Fala que eu te escuto” aborda temas como a violência em geral e a violência doméstica em particular, os relacionamentos sexuais, os problemas familiares, as curas do corpo e da alma, entre outros. Assim, a IURD, nesta competição por prosélitos “ganha” não só em audiência, em relação às concorrentes de outros segmentos religiosos, ela afeta sua concorrente direta em audiência (Rede Globo) e além de trazer o nome da igreja para o centro do palco onde pode ser mencionado em diversos ambientes da sociedade.

A proposta do programa é a de tratar de temas polêmicos e de interesse geral, com a participação do telespectador. Com a atual formatação “espetacular”, o

programa tem atraído à atenção até dos mais diferentes tipos sociais, entre religiosos, agnósticos e ateus. Em um dos programas que foram assistidos e gravados, o “Fala que eu te escuto” discutiu os perigos que a música *funk* trás a sociedade contrapondo com as músicas românticas sertanejas. O programa explorou imagens de bailes *funk* com meninas e mulheres seminuas fazendo gestos e danças sensuais. Esse fato gerou muita discussão por parte dos telespectadores, algumas pessoas valorizando o ritmo musical, outras, mais tradicionais falando do vexame que é ver e escutar essas músicas, alguns até chegaram a manifestar a sua repulsa com foi o caso do senhor João da Silva:

Moro no Rio há 20 anos, mais não deixo meus filhos participarem dessa sem-vergonhice. Um dia minha filha de 14 anos chegou em casa cantando e dançando essas músicas “fuleiras” eu lhe dei uma “bronca” e proibi que ela cantasse e dançasse aquilo. Filho meu não faz isso, é preciso ter ordem e pulso firme, assim como meu pai fez comigo lá no nordeste.

A fala de seu João provocou um debate acalorado, pois os defensores da liberdade de expressão e do gosto musical foram enfáticos em dizer que ele estava sendo uma espécie de “nazista”, além de conservador e retrógrado. Houve até uma telespectadora (estudante de biologia da PUC/RIO) que ofendeu o pastor-apresentador do programa com palavras nada lisonjeiras.

Observamos que, em um contexto onde o entretenimento genuíno é aquele que emociona, mesmo que signifique pouco ou nada, a fala de um senhor que apresenta ideias tradicionais e conservadores funcionou como um eficaz chamariz de audiência. Com efeito, na gangorra oscilante dos níveis do Ibope, vão se apartando da mensagem religiosa ícones até então intocáveis, como a teologia. A lógica de mercado agora é o principal tempero do discurso religioso espetacular, como de qualquer discurso ficcional divertido. Afinal, como a teologia é algo racional, que exige reflexão intelectual, não se ajusta ao entretenimento. As pessoas buscam hoje na religião a experiência religiosa, o transe, o êxtase, a cura, o espetáculo, e não a doutrina. O programa se assemelha mais a uma forma de terapia de auto-ajuda do que propriamente dito num programa religioso. E esta seria uma indagação possível, o programa “Fala que eu te escuto” é um programa religioso? Na era da globalização onde o “funk proibidão” e o “Delícia” do “Michel Teló” é complicado

exigir que as pessoas reflitam sobre suas práticas religiosas. É mais simples pedir que elas dançam (CUNHA 1999).

É possível observarmos no programa que os elementos do entretenimento e do espetáculo não são dissociados da sua produção. Estão presente, de maneira constante, na abordagem de temas relacionados à sexualidade, com testemunhos emocionados, com depoimentos profissionais especializados na área e simulações de casos da vida real, abordam a vida “nada saudável” de algumas celebridades. Para ilustrar, em um desses programas foi discutido o caso da atriz Suzana Vieira, cujo marido foi preso após agredir uma garota de programa e destruir o quarto de um motel em que os dois estava. O bispo convocou a participação do público por telefone, perguntando se uma “macumba” teria provocado a crise no casamento da atriz.

Outro caso que ilustra bem tal formatação foi o programa que discutia a cirurgia que promete devolver a virgindade (ao custo de R\$ 5 a 7 mil). Neste programa uma mulher testemunhou ter se submetido à operação como um presente ao namorado, por isso como ponto de discussão, trazia a seguinte enquete: *“Cirurgia de hímen: 9 vezes virgem. Por que elas são preferidas por eles? Machismo ou tradição social?”*. A partir desta enquete foi possível abrir um amplo debate sobre a promiscuidade sexual que reina em nossa sociedade, por isso as reflexões perpassaram desde as DSTs (doenças sexualmente transmissíveis) até a comparação entre as cantoras Sandy e Wanessa Camargo (vale salientar que até este momento a Cantora Sandy era declarado exemplo de virtude cristã, por ainda ser virgem e que pretendia permanecer em tal estado até o casamento).

Debate semelhante aconteceu com outros episódios do programa como que trazia estas enquetes para a participação do público: *“Vida de famosos: Por que muitos se envolvem em escândalos: Eles querem aparecer de qualquer forma ou a mídia os assedia?”*; *“Geração desejo: O que mais tem estimulado o jovem ao sexo desenfreado?”*; *“Cenas de violência e morte na TV. O brasileiro se interessa muito por elas por curiosidade, falta de opção ou porque retrata o cotidiano dele?”*; *“Baile Funk. Pretexto para o sexo casual, movimento artístico ou apenas diversão?”* A música algo que nos toca profundamente também se faz presente nas discussões elaboradas pelo programa. Geralmente se colocam os *hits* de sucesso no momento, com *clips* desses artistas para que os telespectadores assistam.

Um desses programas que abordava a relação entre o artista e o fã trazia uma longa reportagem (19 minutos e meio) com a cantora Ivete Sangalo, mostrando a presidente de um fã clube como o seu dia é cansativo. A cantora mostrou sua rotina desde o momento em que vai malhar na cobertura de seu apartamento em Salvador até o momento em que toma o seu jatinho e vai voando para os seus shows. Depois da reportagem de quase 32 minutos sobre os fãs que idolatram seus ídolos. Entre os programas gravados que trazia este tema de forma direta ou indireta podemos citar:

- *Top hits: o que mais fascina na música é a mensagem transmitida, o poder de despertar ou o fato de ser acessível a todos?*
- *Músicas românticas: unem e evitam separações ou são apenas panos de fundo durante esses acontecimentos?*
- *Violência, drogas e sexualidade: a música desperta esse caráter nos jovens ou apenas retrata essas atitudes deles?*

Após a reportagem, quando as imagens são exibidas com o intuito de prender a atenção dos telespectadores, os pastores entram em cena para mostrar de forma implícita, a futilidade de um amor assim e arrematam com o mandamento maior sobre o “Amar a Deus sobre todas as coisas”. O pastor-apresentador de forma sutil leva o telespectador de forma geral e o fiel em particular a concluir que o respeito a esse mandamento é imprescindível na vida do cristão, já que Deus está sempre presente na vida do homem, que Deus não decepciona aos seus, que Deus não pede nada em troca.

Nessa busca pelo espetáculo, o programa "Fala Que Eu Te escuto", teoricamente voltado para o público evangélico, exibiu em uma das suas edições os trechos do polêmico vídeo em que a modelo e apresentadora da MTV Daniella Cicarelli aparece com o namorado mantendo relações sexuais em uma praia na Espanha. A justificativa para mostrar as imagens era debater o trabalho dos *paparazzi*. O programa repetiu a sequência do casal abraçado na água, em “cenas picantes”, por diversas vezes. A enquete do programa era *"Paparazzi: qual a melhor forma de se livrar deles? Ignorá-los, processá-los ou usar da 'política de boa vizinhança'?"* Além dos momentos indiscretos envolvendo Cicarelli, o programa mostrou celebridades que tiveram cenas de sua intimidade divulgadas na mídia,

como Paris Hilton e Pamela Anderson. A vida das celebridades é um tema que também aparece com certa frequência, como verificamos nos nas enquetes a seguir:

- *“Reality a fazenda”: os conflitos entre os artistas ocorrem pelo dinheiro, se devem ao ego ou ao confinamento?*
- *Por que os famosos se expõem a escândalos sexuais? Por influência do meio, por diversão ou os apelos do corpo falam mais alto?*
- *Dizem que sempre faz sol na vida dos ricos? O mundo é só de quem tem dinheiro ou quem não tem também pode conquistá-lo?*
- *Internet, um mundo de ilusões: quem difama e engana na web quer fama, quer causar polêmica ou a intenção é prejudicar?*
- *Só se fala disso: há tanta polêmica no meio artístico que ela já está banalizada é só especulação ou cada um tem o que merece?*

Outro tema recorrente no programa entre os que foram gravados está relacionado a questão da falta de afetividade exacerbado através do individualismo possessivo presente na sociedade contemporânea. Este tema constitui um dos maiores problemas da atualidade, pois os indivíduos estão cada vez mais isolados e se percebem sem saída. As indagações são persistentes, já que confiar no outro se mostra uma atitude extremamente arriscada, então procurar consolo na religião através destes programas é mais seguro. Por isso, o programa aborda temas e enquetes que o telespectador deseja saber, quais sejam: o amor não correspondido, a busca incessante por um amor verdadeiro, o medo da traição, o que fazer quando o seu amor foi traído, o medo da separação e do divórcio, a aventura e o medo de viver um “amor proibido”. Com base nesses temas, entre os programas gravados podemos elencar as seguintes enquetes:

- *Separados pelo sono: quando dormir vira um desafio, o que mais é afetado é a vida sexual, profissional ou familiar do casal?*
- *Você diz: minha vida amorosa está destruída, é hora de pensar onde errei ou levantar a cabeça e partir para outra?*

- *Existe vida após a separação: Para a maioria, fica o trauma, o aprendizado ou o que passou, passou?*
- *Divórcios: o que mais contribui com eles é a falta de dinheiro, de amor ou de sexo?*
- *Amor proibido: ele realmente fascina mais ou ninguém escolhe quem amar?*
- *Largar tudo por amor: vale a pena, o risco de decepção é muito grande ou é preciso arriscar para saber se valeu?*
- *Amores nada convencionais: o maior desafio é vencer o preconceito, as próprias diferenças ou crer no sentimento.*
- *Paquera: o que vale mais é a cantada, a aparência ou a conta bancária?*
- *Mulheres: querem um namorado ou marido para resolver os problemas dela ou apenas querem um namorado para ouvir os problemas dela?*

Seria ingenuidade pensarmos que a intenção é só “escutar” os problemas dos telespectadores. Através dos testemunhos apresentados procura-se levar aquele espectador a pensar que através da IURD é possível ter uma vida feliz novamente, que participando da “Terapia do Amor” em qualquer templo da IURD num sábado à noite que, diga-se de passagem, foi uma escolha estratégica, em relação ao dia, porque é neste dia que as pessoas costumam sair para passear, ir ao cinema, namorar etc, mas quem está sozinho por algum motivo e com o “coração partido” encontra consolo e esperança neste ritual. Conversando com uma colega socióloga sobre esse assunto ela me relatou que sua cunhada depois de assistir ao programa que falava sobre “amor proibido”, confessou estar “vivendo em pecado” com um homem casado e que depois daquele dia começou a assistir o programa todas as madrugadas, além de frequentar a IURD no sábado em busca de um novo amor.

Observamos também que o tema sobre divórcio aparece revestido com várias roupagens, pois o divórcio é visto pela Igreja como uma obra do Diabo e, dessa forma é preciso combatê-lo a qualquer custo. No programa *“Divórcios: o que mais contribui com eles é a falta de dinheiro, de amor ou de sexo?”*, analisamos nos testemunhos dos telespectadores que manter um casamento feliz constitui uma

batalha contra o mal, uma participante chegou até a citar um adágio popular que muitas vezes escutei a minha avó recitar em relação ao casamento e a separação: “ruim com ele, pior sem ele”, pois na época dela para usar um eufemismo, uma mulher desquitada era sinônimo de mulher sem valor.

Se o amor e principalmente as decepções amorosas é um tema que gera audiência o que dizer de programas que abordam a questão e os problemas familiares, onde hoje psicólogos, pedagogos e sociólogos, entre outros, apontam como um problema generalizado não só na sociedade brasileira. Tratar de temas envolvendo a família “dá audiência” como bem coloca o Pastor Clodomir, “pois de qualquer modo estamos inseridos no seio familiar seja como pais, filhos, irmãos, esposas e esposos. Temos nossa cota de responsabilidade”. Esse argumento, entre outros, convence os telespectadores da realidade social e dos problemas que a está sujeito, mostrando através de imagens bem elaboradas e testemunhos pessoais, que sua vida mudou, apresenta-se o antes e o depois de entrarem na IURD. A intenção é clara para um observador atento, mas para o indivíduo que está de alguma forma “sofrendo” ele se sente “chamado” pelo Pastor, vê aquele discurso como uma forma de salvação. Se o telespectador estiver “sofrendo” de algum modo, ele vai sentir-se chamado, compreendido em seus infortúnios, incluído.

Em relação aos problemas familiares observamos a recorrência das seguintes enquetes que foram abordadas no programa:

- *Família no tribunal: diante de brigas pela guarda do filho, homens e mulheres deixam prevalecer o desejo de vingança ou o amor pela criança?*
- *Machismo x feminismo: o homem ainda impõe limites à esposa, elas fazem o que bem entendem ou atualmente os direitos são iguais?*
- *Amor incondicional: defender com unhas e dentes o filho problemático é natural de mãe, um erro ou todos merecem ser amados?*
- *Limite: para alguns jovens e adolescentes, essa palavra perdeu o valor, não foi ensinada ou não é respeitada só para mostrar rebeldia?*
- *Maus tratos contra crianças: essa atitude reflete a índole do agressor, o caos social ou os traumas vividos no passado?*

- *Pedófilos: vítimas de doenças psicológicas, de traumas do passado ou criminosos por opção?*
- *Por que é tão difícil para o jovem dizer não às drogas: seria a falta de estrutura familiar ou a influencia de amigos?*
- *Família x profissional abrir mão da família em nome do sucesso profissional é uma opção ou uma exigência do mercado?*

A abordagem do tema família não tem nada de inocente, pois assim como a afetividade mexe com os indivíduos, este também trás uma forte mensagem de abandono da fé e dos valores religiosos, que uma mulher que se deixa seduzir pela carreira, poder e dinheiro, está desprezando a família, que aquela que não tem tempo para educar os filhos (“largando-os com empregados e escolas especializadas”) está dando oportunidades para as maldades do mundo, para os pedófilos, para as drogas, para as amizades ruins. Percebemos nesses discursos claramente as bases do discurso religioso da Igreja, pois para esta a família monogâmica tradicional (pai, mãe e filhos, nesta ordem hierárquica) representa a salvação da sociedade contemporânea.

Outro tema bastante presente no programa está relacionado ao padrão de beleza imposto a sociedade e as “atrocidades” que os indivíduos são capazes de fazer para alcançá-lo. Se hoje o Brasil desponta no *ranking* como o primeiro em número de cirurgias plásticas no mundo, esse tema não poderia ser deixado fora da discussão, por isso ele aparece em programas diferentes e com enfoques totalmente distintos, contudo as imagens veiculadas são sempre fortes e espetacularizadas o intuito claro de causar debate, de atrair um público que se preocupa com o assunto que até mesmo discorda dos posicionamentos da Igreja. Veja os exemplos de enquetes sobre o tema que foram apresentados no período (julho de 2009 a setembro de 2010) em que estávamos coletando os dados:

- *Qual afirmação condiz mais com a realidade: a beleza traz dinheiro ou dinheiro traz beleza?*
- *“As feias que me perdoem, mas beleza é fundamental”: quem pensa assim é preconceituoso, realista ou iludido?*

- *As mulheres se mostram muito infelizes quando estão gordinhas, mas ficam plenamente satisfeitas quando o ponteiro da balança cai: este fato se deve a baixa auto-estima ou aos padrões impossíveis de serem alcançados?*
- *Cirurgias plásticas mal sucedidas: com cerca de 1 milhão de procedimentos ao ano, o Brasil é o país que mais realiza cirurgias plásticas em todo o mundo. Esse fato se deve a profissionais não qualificados ou a busca pelo que é mais barato?*

Mesmo com uma proposta “religiosa”, o “Fala que eu te escuto” também apela nas imagens. Como nos exemplos acima, as enquetes sobre prostituição, drogas e infidelidade são bastante frequentes. O programa usa imagens fortes e erotizadas, bem típicas da programação “espetacular”. No caso do programa que abordava os bailes *funks*, por exemplo, a ênfase imagética foi a de mulheres “semi-vestidas” dançando eroticamente ao som desse ritmo.

Nesse cenário de produção religiosa com vistas ao entretenimento, Sathler (2007) pontua que uma das suas bases é a percepção facilitada. Ou seja, se apaixonar pelo ícone religioso que é também cantor, ator ou apresentador é resultado dos atributos facilmente descobertos e, para tanto, ressaltados claramente pelos produtores do espetáculo.

Andrade Junior (2006) lembra que, diferentemente dos outros programas religiosos o “Fala que eu te escuto” transformou sua mensagem religiosa num evento com linguagem e roupagem midiáticas. Na desenvoltura midiática do programa há esse estímulo à relação visceral com os espectadores, já que não existe reflexão teológica na lógica deste entretenimento religioso (DEBORD, 1997). A intenção deste programa é produzir um espaço de diálogo, de tomada de posicionamentos, é impossível assistir o programa e não tomar partido, não se questionar acerca do tema tratado, as imagens espetacularizadas servem como este pano de fundo brilhante na hora de consultar a sua consciência, seus valores morais, já que, como elas foram repetidas a esmo, fixa-se no inconsciente.

Tal forma de entretenimento tem origem na midiatização das religiões que passaram a enfrentar o “mercado” dos fiéis com o uso agressivo das mais modernas armas do marketing de vendas, e que se inicia pela ocupação do maior espaço de

mídia possível, nos quais brigam por audiência, com cultos recheados de ingredientes espetaculares de luz, cor e catarse coletiva.

Siepierski (2001) fazendo uma ponte com a visão de Debord (1997) no que diz respeito ao contexto espetacular de eventos e programas religiosos como o “Fala que eu te Escuto”, argumenta que o sentido imediato estaria relacionado com o que Debord anuncia em uma das suas teses quando afirma que o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens. Assim, Siepierski (2001) acredita que para os participantes do programa “Fala que eu te escuto” implicitamente se deseja apresentar uma sensação de pertencimento, a uma igreja em particular, a IURD neste caso.

O programa acaba por transformar em membros de um grupo uma gama de pessoas que aparentemente não tem nada em comum, estes se mostram fascinados pelo drama no qual são ao mesmo tempo telespectadores e coadjuvantes do programa, o que dá ensejo ao grupo de se mostrar “idealmente” de modo espetacular. O espetáculo é uma demonstração pelo drama, e essa espetacularização remodela os atores sociais participantes, engajando-os em um espetáculo onde representam não o que de fato são, mas o que devem ser em função do que eles imaginam que se espera deles. (SIEPIERSKI 200, p. 181-182)

Portanto temos os ingredientes necessários para a elaboração do programa, onde o pastor apresentador tem como função primordial se superar em números de participantes, em números referentes ao IBOPE e claro em números de adesões a IURD. Como foi explicitado antes, alguns programas tem o objetivo explícito de causar polêmica e com isso atrair o maior numero de participantes possível, mesmo que não seja neste programa, mais as discussões posteriores de “boca-em-boca” e a repercussão nas redes sociais só fazem o nome da IURD aparecer em maior evidencia, é o que poderíamos chamar de uma propaganda gratuita.

O programa que tratava do tema *“Modernidade x virgindade: brasileiro é o segundo do mundo a perder a virgindade mais cedo, este fato decorre da desestruturação familiar, das influencias de amigos ou é sem-vergonhice mesmo?”*, trouxe uma discussão acirrada entre os telespectadores, já que enquanto alguns defendiam o direito que as pessoas tinham em escolher a hora de manter um relacionamento sexual, outras levantavam a bandeira da virgindade como princípio de “fibra moral”, valores familiares e religiosos, pois esta na Bíblia que o indivíduo deve se guardar para o casamento, alguns até chegaram a citar o famoso caso do

jogador de futebol Kaká (fiel da Igreja Renascer em Cristo) que mesmo sofrendo várias “pressões” se manteve virgem até o casamento. No dia seguinte a esse programa visitei alguns sites relacionados aos conteúdos religiosos e esse tema estava sendo ainda discutido.

Não podemos esquecer que o programa apela em todos os sentidos para o emocional dos participantes, um fato bastante corriqueiro é a apresentação de hino de clubes de futebol do Brasil e como não podia deixar de ser os hinos mais tocados são aqueles que possuem maior torcida ou que os torcedores sejam telespectadores do programa, por isso o hino do Corinthians e do Flamengo são os mais tocados. Em um programa que fala sobre os craques do futebol, uma telespectadora chamada Lilian ao telefone critica severamente o Bispo Clodomir por este tocar o hino do Corinthians, pois segundo esta:

Lilian - Por que o programa toca todos os dias o hino do Corinthians? Uma vez que Deus é para todos e não só para o time do Corinthians. Não gostaria que tocasse nenhum hino, isso não é coisa de programa religioso. Também acho que é uma discriminação porque venho assistindo o programa diariamente e observo que todos os dias toca o hino do Corinthians. Gostaria de saber se você tem um carinho especial por esse time?

Ao que o pastor responde de forma risonha:

Pastor – Não, é simples, porque tem mais corintianos assistindo (risos).

Lilian – Há uma discriminação?

Pastor – Não eles pedem e a gente toca.

Lilian – Ah! Então é um programa futebolístico e não um programa religioso. Você não deveria misturar time com religião.

Pastor – Não! Não é nem religioso, nem futebolístico. É um programa que a gente atende as pessoas. Que numa forma carinhosa tenta agradar, a gente atende aos pedidos delas.

Lilian – assisto ao programa todos os dias e vejo que muitas pessoas ligam, não só corintianos.

Pastor – Mas a gente toca. A senhora quer que a gente pare de tocar o hino do Corinthians? Qual é o seu time? Fala a gente toca!

Esta conversa durou 5 min e 34 segundos no programa que foi ao ar no dia 08 de setembro de 2010 e no final o Pastor conseguiu que a telespectadora falasse o seu time de coração (Palmeiras) e o hino desse clube de futebol foi tocado. Quando o terminou o vídeo foi rapidamente postado no site *Youtube* e até hoje já teve 7613 acessos. Esse programa em especial demonstra como os temas abordados mexem com as emoções das pessoas, principalmente em se tratando de paixões como o futebol.

Uma estratégia de *marketing* poderosa e direta é aquela que trabalha como o emocional dos indivíduos e o que dizer da paixão do brasileiro por futebol. Como bem colocou a telespectadora, por que só o time do Corinthians é privilegiado, por que não o meu? A resposta do Pastor é bastante clara, não estamos preocupados com as minorias, estamos a procura de audiência e a torcida do Corinthians é a maior em São Paulo, onde o programa é transmitido. Ele deixa claro que se outros torcedores ligarem para o programa serão contemplados com a apresentação do hino do seu clube de coração. Esta fala representa a incitação a disputa pelos torcedores mais fanáticos como chegou a acontecer, em um programa apresentado alguns dias depois o Pastor foi obrigado a “tocar” 08 hinos de clubes diferentes (São Paulo Futebol Clube, Palmeiras, Santos, Santo André, Portuguesa, Bahia, Vitória e Grêmio).

Outro programa que teve uma enorme repercussão na mídia foi o apresentado no dia 13 de agosto de 2009, quando a Rede Globo começou uma série de matérias em todos os seus telejornais (principalmente aquele de maior audiência em todo o País, o Jornal Nacional) fazendo denúncias a Edir Macedo e consequentemente a IURD e a Rede RECORD. O programa dessa madrugada teve como chamada: *REDE GLOBO diz: “Universal é uma quadrilha”. Você que pertence à Igreja se julga um mau elemento?* Com essa enquete acompanhada de uma reportagem bem produzida mostrando com a Rede Globo conseguiu enriquecer durante o período de Ditadura Militar no País e como ela “auxiliou” na vitória de Fernando Collor a Presidência do Brasil eles foram buscar inúmeros fatos que mostravam que a Rede Globo, não é tão “inocente” assim.

Os primeiros testemunhos mostravam como os pertencentes a IURD estavam indignados com essas “reportagens mentirosas”, contudo os participantes não fazem crítica a Globo, tentam se defender das acusações mostrando que a Igreja é vítima de perseguição, já que a Record ganhava em audiência para a Globo em horários

nunca imaginados, esse fato segundo a fala do advogado e fiel da IURD, incomoda pois faz com que a Rede Globo deixe de ganhar dinheiro. Este programa logo foi parar no *Site do Youtube* e possuía mais 15 mil acessos e também testemunhos de pessoas defendendo a IURD e sua teologia, bem como pessoas execrando as práticas monetárias da Igreja.

Como é facilmente perceptível, que todos os programas gravados apresentam uma repetição de temas, conhecidos como isotopias segundo a definição de Campos (2004), já que as imagens e reportagens, os testemunhos, a oração, servem como plano de fundo do discurso teológico da IURD. Isto por que ao discutir o problema das drogas, as músicas mais tocadas, a crise familiar, a crise financeira, violência nas ruas e a falta de paz ou os problemas afetivos sofridos pelo telespectador, o programa apresenta vidas que padecem de angústias diversas, seja nas histórias bíblicas ou na vida real e por isso semelhantes às de quem assiste ao programa. Segundo Campos (2004), a ideia é: “Calma! Nem tudo está perdido, agora vem o segundo momento e o mais importante, os testemunhos de pessoas que depois de terem um encontro com Deus ou terem ido à Igreja, tiveram suas vidas transformadas”. O pastor propõe ao telespectador que aceite a mensagem e enfatiza a participação das pessoas as reuniões da igreja e, a partir de então, toda sua ação será abençoada.

O programa procura ser o mais abrangente possível, assim possui uma atração maior para o telespectador, este pode ser qualquer um, pertencer a qualquer religião, nível social, a qualquer time, pode estar numa crise financeira, estar sem paz ou desprotegido de todo tipo de violência, ou senão está tão somente necessitado de “Deus”. Desta forma o discurso, as imagens procura abarcar o maior numero de pessoas, sendo nas palavras do Pastor Clodomir “o mais democrático possível”.

Analisando a estrutura do programa verificamos os lugares diferentes que ocupam os participantes (Pastor e telespectador). O discurso base se preocupa em colocar o telespectador como sujeito, já que o nome do programa é “Fala que eu te escuto”, pois este sujeito aparece como alguém “necessitado”, alguém que está fora do caminho da salvação, que procura prosperidade, o amor, a cura, enfim, algum objeto de valor (sentimental ou financeiro). A partir desse discurso, sugere-se um recomeço onde a aquisição destes valores podem ser “facilmente” adquiridos. Desde que se siga o caminho da fé.

Desta forma, se o telespectador desempenha o papel de sujeito que irá realizar uma performance até mesmo uma metamorfose, a Igreja assume um papel de doadora de competência para esse sujeito. O encadeamento desses discursos constitui o percurso narrativo que representa a aquisição pelo sujeito da competência necessária à ação e consequentemente, a execução, por ele, dessa performance.

Para concluir pode-se inferir que a religião, que até pouco tempo atrás vinha perdendo espaço e influência na sociedade real, ao empenhar-se por ocupar espaço na comunidade virtual (especular e espetacular), volta a conquistar prestígio e a influenciar as comunidades reais. Ainda que isso implique na dominação delas mesmas, para que se pareçam cada vez mais com sua representação no mundo da mídia. Desta forma surge a indagação: a Mídia foi tomada pela Religião ou a Religião foi tomada pela mídia.

No capítulo seguinte faremos uma breve descrição dos programas que foram selecionado para edição e serviram como ponto focal para a nossa análise de conteúdo das reflexões realizadas pelo nosso grupo de análise.

IV CAPÍTULO – DESCRIÇÃO DOS PROGRAMAS SELECIONADOS

4.1 Programa 01 – Ratos de academia

Enquete: *Ratos de academia: eles querem uma saúde perfeita, um corpo perfeito ou descarregar as frustrações por meio da malhação?*

Este programa teve duração de 52 minutos e 48 segundos e pode ser dividido em três partes como veremos a seguir.

4.1.1 Primeira parte

O programa inicia mostrando mulheres em boa forma física se exercitando em academias, falando de um novo equipamento de ginástica que produz resultados em um curtíssimo espaço de tempo (o remo na esteira). Em seguida mostra o estudo de Pilates e com este se tornou em pouco tempo um “sucesso” nas academias e clínicas de estéticas, além disso, apresenta uma nova forma de se fazer Pilates – em piscinas – onde os resultados são ainda mais imediatos. Este fato é veiculado através de imagens de pessoas que demonstram uma satisfação em praticar tal exercício, estas aparecem rindo e conversando enquanto fazem os exercícios nas piscinas. Neste momento aparecem depoimentos de profissionais especialistas na área (fisioterapeutas, *personal trainer*, professores de Educação Física, nutricionistas, etc), que apresentam os benefícios da realização do Pilates na piscina, os quais são: aumentam a flexibilidade dos membros superiores e inferiores, melhora a postura corporal, aumenta potência e vigor corporal, melhora a respiração, tonifica os músculos do corpo inteiro, etc.

Ao longo desse momento, enquanto os profissionais apresentam suas falas sobre o produto que está sendo vendido, são mostradas várias imagens de diferentes equipamentos de ginástica, suas funcionalidades e os benefícios que estes podem trazer ao corpo em curto prazo, pessoas “saradas” malhando e demonstrando uma satisfação quase palpável.

A cena muda e aparece um novo esporte chamado de Jukare que é inspirado em técnicas de luta japonesa, os professores do esporte afirmam que somente 45 minutos de aula diária é capaz de queimar mais de 500 calorias.

A cena muda novamente trazendo imagens de mulheres se equilibrando em um *Poli dance* – um palco onde no centro é colocado um mastro e as mulheres através de movimentos de escalada e equilíbrio fazem movimentos rítmicos. A professora de *Poli dance* Renata Medeiros, que também é dona da primeira escola de *Poli dance* de São Paulo, fala sobre o estigma que envolve esta nova forma de exercício, já que este estava ligado anteriormente às danças eróticas que eram apresentadas em locais que incitavam a prostituição. Renata fala ainda que apesar do estigma e com 03 anos de existência a escola possui mais de 100 alunas matriculadas e uma lista de espera com mais de 50 mulheres.

Foto 02 – Escola de *Pole Dance*



Fonte: www.midpolecrisis.com

Outro esporte que “ganhou as graças” nas academias é o Patins pula-pula, onde as pessoas por não conseguirem ficar em pé, precisam ficar pulando o tempo todo e com isso gastando energia e queimando calorias. Os profissionais que aparecem neste momento falam sobre a importância do exercício físico como um bem para a vida e a manutenção da saúde, buscando assim uma melhor qualidade de vida, esses depoimentos tiveram a duração de aproximadamente 8 minutos.

Em seguida começam os discursos sobre a importância da beleza na sociedade contemporânea e como determinados estereótipos se tornam padrões de

beleza desejados por grande parte da população masculina e a maior parte da população feminina.

A primeira fala está ligada a ideia de concorrência entre as mulheres para serem aceitas pelas outras e vistas como ameaça, outro item que se configura neste discurso é a disputa pelos melhores “partidos”, fazendo dos homens objetivos de competição. Este momento é mostrado sem preâmbulo através da fala do esteticista e professor de Ed. Física (que em forma de anedota) diz que até mesmo a modelo “Cindo Crawford diz que antes de passar duas horas com o maquiador e cabeleireiro nem ela se parece com Cindi Crawford”. Este discurso estabelece o parâmetro para a necessidade que as mulheres devem sempre estar de bem com o espelho e, para isso não é preciso medir esforço. Este fato se deve a nova conjuntura social e as responsabilidades advindas da emancipação feminina, pois hoje não basta a mulher ser boa mãe, filha e esposa, ela deve ser profissional competente e uma “linda” amante para seu parceiro.

A repórter questiona as mulheres quanto a malhação ser pela vaidade ou pela saúde – a maioria das entrevistadas dizem que é mais pela vaidade. Como por exemplo, a ex-dançarina do grupo É o Tchan, Sheila Melo que diz muito a vontade que “eu não conheço uma mulher que esteja satisfeita com tudo que diz respeito ao seu corpo” e ainda complementa “eu malho 05 horas por dia para manter este corpo, porque sabe como é, se não cuidar, vem outra e toma o seu lugar”, em seguida meio constrangida conclui “mas, é preciso cuidar da saúde também e um acompanhamento médico é necessário”. Novamente toca-se no ponto da concorrência entre as mulheres pelos homens e nesta disputa aquela que estiver mais perto do padrão de beleza convencionado pela sociedade será a eleita e conquistará o prêmio.

Para corroborar essa ideia aparece a cena de uma senhora malhando desenfreadamente numa bicicleta. Em sua entrevista ela fala que homens mais velhos hoje, procuram por meninas mais novas, ela diz que é uma concorrência desleal, pois estas últimas possuem uma grande diferença no corpo devido ao seu metabolismo que trabalha muito mais rápido. Por isso, a mulher mais velha está em busca uma aparência melhor para chamar a atenção, pois a “a primeira imagem é a que fica”.

Aparece agora em cena o segurança de 37 anos Forlan, que é considerado o homem com o maior bíceps do Brasil (antes da América Latina) medindo 130 cm.

Este rapaz afirma que pratica musculação desde os 12 anos. Enquanto ele aparece em imagens retiradas do programa “Domingo Legal” apresentado por Augusto Liberato no dia 02 de agosto de 2010. A câmera explora o corpo do rapaz.

Foto 03 – Forlan considerado o maior bíceps da América latina



Fonte: www.superdicas.de/bomba-os-6-caras-mais-musculosos-do-mundo.html

A partir da apresentação desse rapaz no programa foi realizada uma enquete com pessoas nas ruas perguntando o que elas achavam do rapaz que tem o maior bíceps do país. Em depoimentos as pessoas entrevistadas nas ruas disseram:

Katia – (Um loira muito bonita para os padrões de beleza da nossa sociedade) fiquei assustadíssima com o rapaz até mesmo apavorada, porque ele é muito grande, quase anormal.

Senhora - ele é maluco.

Adolescente – fiquei amedrontada, e achei uma coisa feia de se ver.

Um rapaz – eu ate gostei, liguei para meus amigos para eles verem. Achei bonito, ele tomou uns negócios meio doidos, mas eu gostei.

Senhor – não gostei, achei um doido, mas o fato de ter um médico no programa foi válido, pois mostra os riscos do uso de anabolizantes, achei isso legal.

Volta à reportagem falando sobre a obsessão que algumas pessoas cultivam em ter um corpo perfeito, se tornando em muitos casos sem limites. Neste momento enquanto a repórter fala aparece como pano de fundo, cenas do filme *No pain no gain* – em que um rapaz está aplicando anabolizantes em sua perna no banheiro – quando a cena fecha vemos muitas seringas grudadas na parede.

A partir desse gancho voltam às cenas do palco do programa “Domingo Legal”, em que o rapaz Forlan explica para o médico, o apresentador e a plateia quais anabolizantes já fez uso em sua vida. Enquanto ele fala, as imagens estão focadas em uma mesa no centro do palco com vários tipos de anabolizantes. O rapaz fala então que chegou a injetar até o ADS – hormônio que é usado no tratamento para o crescimento cavalo. O médico fala então sobre os riscos no uso deste medicamento. Então aparece a cena de um rapaz em um hospital com braço infeccionado que precisou fazer uma punção para retirar todo o pus. Essas cenas são chocantes e repugnantes. Trabalhadas exatamente com esse sentido coercitivo e repressor, com o intuito de mostrar aos indivíduos que fazem uso destes produtos que aquele fato pode acontecer com eles. E para reforçar ainda mais essa ideia apresenta depoimentos de pessoas na rua sobre a cena:

Rapaz - fiquei assustado pelo pus que saia do braço do cara. Parecia que ele ia morrer

Senhor – É isso que dá injetar qualquer porcaria no corpo.

O fisiologista Roberto Zogbi fala sobre os perigos do uso indevido de hormônios utilizados no tratamento sendo aplicados em seres humanos. De acordo com este o uso destes hormônios pode e em muitos casos, causam deformidades permanentes nos indivíduos, quando não provocam sua morte.

A imagem volta novamente para o rapaz Forlan apresentando a sua rotina diária. Fala sobre sua alimentação no café da manhã. Volta ao palco, onde o apresentador pergunta apontando para a mesa com vários tipos anabolizantes e pergunta quais deles o rapaz já utilizou. O rapaz meio sem jeito, aponta para os anabolizantes e pergunta se o médico tem alguma coisa contra ele. O apresentador imediatamente, diz que a função deles não é criticar e sim orientar os telespectadores sobre os riscos desnecessários à saúde que um indivíduo por ter se feito uso de tais produtos.

Uma câmera é escondida é colocada no boné do rapaz, com intuito de perceber a reação das pessoas ao vê-lo caminhar pelas ruas, é possível através do vídeo verificar o espanto que ele produz nas pessoas. As pessoas olham, comentam, se assustam com o corpo do rapaz. Em seguida são mostradas cenas do rapaz na academia levantando peso. Na hora do almoço (prato baseado em saladas e carne vermelha) depois uma corrida na praia e quando chega em casa toma banho e se veste com ajuda da mãe, pois não consegue fechar os botões da camisa (até comprar camisas é difícil, estas precisam ser encomendadas). Depois parte para o seu trabalho como segurança em uma casa noturna em Florianópolis.

As imagens agora apresentam um campeonato de musculação coberto pelo repórter Amin khader, que vai aos bastidores para saber como é a vida dessas pessoas que cultuam o corpo.

Roberta 27 anos – desde os 15 que pratico o fisiculturismo, só comecei a participar de competições a 2 anos. Adoro meu corpo e lutei bastante para ele chegar onde está. Mas os homens ficam com medo de me paquerar devido ao meu porte físico.

Alguns competidores que são entrevistados falam sobre os preconceitos que são vitimas pelo seu corpo, diz que as pessoas as olham com certo temor e receio, pelos músculos que cultivaram ao longo do tempo. As imagens mostram também alguns casais e famílias completas que fazem fisiculturismo um estilo de vida.

Foto 04 – Premiação do Campeonato de Fisiculturismo



Fonte: www.jornalvicentino.com.br/home

A repórter entra em cena novamente com a indagação sobre “os exercícios físicos são uma obsessão ou excesso de vaidade” e completa “quando a dependência da malhação vira uma doença”. Todas essas falas são mediadas por imagens que já haviam aparecido no programa. A repórter continua dizendo que em um show da *pop star* Madonna, os fãs ficaram estarecidos com as veias a mostra e o estado de magreza da cantora. Essa ainda explica que a rainha do pop malha todos os dias pelo menos 4 horas diárias. A cena fecha para a palavra vigorexia (distúrbio mental, causado pela doença da aparência que leva o indivíduo a não aceitar o seu corpo e com isso acreditar que precisa cada vez mais de exercícios físicos). Para corroborar essa ideia aparecem cenas do filme Conan o bárbaro – estrelado por Arnold Schwarzenegger – como exemplo de pessoa portadora da vigorexia. Outro astro que se enquadra neste contexto é o Sylvester Stalone que também já confessou ser vítima da vigorexia. Novamente toda a fala da repórter é balizada pelas imagens desses senhores. A repórter conclui que esses astros possuem vários seguidores principalmente os praticantes de halterofilismo e fecha com a frase “vigorexia nova doença da modernidade pode também ser chamada de doença da vaidade”.

Em seguida é apresentado o depoimento de um engenheiro que foi vítima da vigorexia (sua imagem e voz não são reconhecidas):

Engenheiro – Passei oito anos com essa doença tinha vergonha de sair de casa e preferia não conviver com as pessoas e passar horas na academia (imagens com pessoas malhando nas academias). Não me alimentava direito e mesmo pesando 110 quilos (para uma altura de 1,70 m de altura é considerado excessivo) ainda não me achava magro e por isso só pensava em malhar. Meus amigos se afastaram de pois eu nunca tinha tempo para eles. Acabei arrumando amigos na academia o que foi pior, pois eles me incentivavam a malhar cada vez mais. Por isso comecei a usar anabolizantes para ter um resultado mais rápido.

O professor de Educação Física Vladimir Moddat no mesmo programa formulou que a “vigorexia é o mal da vaidade”, que esse transtorno afeta tanto homens como mulheres. A reportagem continua apresentando depoimentos de médicos que afirmam que o exercício físico se torna um vício quando existe uma preocupação excessiva com o corpo e com alimentação e com isso a uma perda de

interesse e participação social por causa do treino excessivo. Este comportamento é diagnosticado como compulsivo.

A cena muda para mostrar pessoas com distúrbios alimentares como anorexia e bulimia como pessoas que também apresentam um comportamento compulsivo neste caso o problema centra-se na alimentação e não em exercícios físicos.

Nas imagens seguintes são apresentados sites de redes sociais da internet que falam sobre vigorexia – alguns fazem apologia a doença, outros apresentam se constitui como um grupo de apoio as pessoas vitimas dessa doença.

Essa primeira parte do programa teve uma duração de 24 minutos e 30 segundos.

4.1.2 Segunda Parte – Participação dos Telespectadores mediada pelo Bispo Clodomir Santos

A partir da enquete lançada no plano inferior do vídeo as pessoas começam a ligar ou enviar mensagens por *e-mail* ou *twitter*. A enquete desse programa era a seguinte: *“Ratos de academia: eles querem uma saúde perfeita, um corpo perfeito ou descarregar as frustrações por meio da malhação”?* A primeira participação foi da empresaria Vanessa do Rio de Janeiro, por telefone:

Vanessa (empresária) – Pastor eu acredito que tudo que é feito em excesso paralelo a vida social é procurando um escape, na vida profissional ou na vida sentimental, mas que em excesso é provavelmente um escape de alguma coisa.

Pastor – então seria para descarregar?

Vanessa – somente para isso, porque eu acho que não é nem mais pela aparência, porque a partir do momento em que você alcança seu objetivo, na malhação você não vai procurar se superar naquilo, e tem pessoas que vão se estendendo, estendendo. Na verdade acho que não tem um objetivo em suas atividades paralelas a isso.

Enquanto o pastor fala com a telespectadora na parte inferior do vídeo aparecem comentários de pessoas por e-mail e twitter. Em seguida o pastor fala com outro telespectador.

Pastor – como você vê esses ratos de academia, David?

David (Brasília) – Pastor no início começa com a procura de um corpo perfeito, até aí é um mal necessário, porque outras pessoas exigem isso, agente precisa praticar esportes, andar, caminhar e outras pessoas opinam pela academia. Algumas fazem para reverter um mal necessário da saúde. Só que chega um momento que essa busca se torna uma doença. Ela perde o controle como nós vimos na reportagem aquele rapaz colocando pus pelo braço etc. Então é busca de um corpo perfeito, mas aí perdem o controle e se tornam doentes. Eles buscam uma coisa que é impossível e aí vê o corpo do outro e fica doente.

O rapaz finaliza sua fala pedindo ao pastor que ore por seu time do coração. E pede para tocar o hino do Palmeiras. Comenta sobre os jogos e a péssima campanha do time no Campeonato Brasileiro. Enquanto toca o hino do clube de futebol são mostradas imagens de gols e as comemorações dos jogadores e torcida.

E seguida o pastor lê algumas mensagens dos telespectadores e a tela se divide em duas partes sendo uma com as imagens que foram mostradas no início do programa invocando os malefícios do excesso de exercício e a outra parte nele lendo as mensagens. Até chegar o momento de atender mais um telespectador por telefone. A escolhida foi Lurdes da cidade de Nova Prata do Rio Grande do Sul, por telefone. O interessante é que diferentemente do que aconteceu com os outros telespectadores em que o pastor já começava a conversa indagando sobre a enquete, neste caso ele inicia a conversa perguntando sobre o time do Internacional ao que ela responde:

Lurdes (empresária) – o meu não, sou gremista. (Eles então passam 1 min. e 45 segundos falando sobre seus times O pastor torce para o Botafogo do Rio de Janeiro).

Pastor - E esses ratos de academia a senhora conhece algum?

Lurdes – Conheço, inclusive há algum tempo perdemos um amigo de família. Que tomou muitos anabolizantes a acabou morrendo (ela finaliza pedindo que o pastor faça uma oração pela sua sobrinha Josélia que teve dengue hemorrágica e está no hospital).

O pastor lê mais algumas mensagens e passa a palavra para o pastor Carlos que trabalha nas rádios 99.3 FM São Paulo³², este fala aos ouvintes do programa que estão abertos os microfones das rádios que veiculam o programa em todo o Brasil que eles podem participar a qualquer momento com sugestões de temas a serem abordados, com sua opinião sobre as enquetes e também para aqueles que estão precisando de oração deixarem seus nomes escritos no “livro de oração do senhor”. Enquanto o pastor fala aparece na parte inferior do vídeo informações sobre estas rádios e alternando em seguida para o número de telefone para aqueles ouvintes que desejam participar do programa por telefone (11 5644-5210), além de informações sobre o e-mail para aqueles que desejam participar virtualmente (falaqueeuteescuto@r7.com).

É passada a palavra ao pastor Gilberto Tavares que está na Rádio Copacabana FM para interagir com um ouvinte da rádio que opina sobre a enquete do dia falando que considera uma aberração as pessoas se preocuparem tanto assim com o corpo.

A cena volta ao bispo Clodomir que lê mais algumas mensagens e fala sobre a mensagem de um rapaz chamado Victor que diz que eles só querem um corpo perfeito para cantar as mulheres, pois são inseguros quanto ao resto. A maioria das mensagens é de telespectadores que pedem para colocar o nome no livro de orações. Em uma mensagem a participante pede que toque o hino do Corinthians (eles tocam o hino do time enquanto imagens dos gols e comemorações). O pastor lê a mensagem:

Luís Alberto (Rio de Janeiro) – Acho que as pessoas perdem a noção do momento certo para parar, acho que é como um vício, depois que começa não consegue mais parar.

Rodrigo Tavares - É a mesma coisa que a droga, que torna um vício frenético é uma falta de controle humano. Malhar sim, mas com saúde e não com loucura.

Tati Melo - Já fiz uso de anabolizantes, quase morri aos 24 anos.

³² Enquanto o pastor fala aparece na parte inferior do vídeo todas as informações sobre as rádios em que o programa é veiculado e que os participantes podem dar sua opinião e solicitar a inscrição de seu nome no “livro de oração do senhor”. As rádios citadas são: Rádio Record 1000 AM do Rio de Janeiro; Rádio 105.1 FM Copacabana – Rio de Janeiro; 680 AM em São Luís (MA); 105.5 FM - João Pessoa (PB); Rádio 99.7FM Teresina (PI); 94,1 FM Recife (PE); Rádio 91, 9 FM Aracaju (SE); Rádio 98,1 FM Salvador (BA).

Thiago - Acho que a convulsividade é decorrente da discriminação de pessoas que sofrem com problemas de peso.

Jessica - diz que é doença e pede o hino do Internacional³³

Paulo Renato (Belém do Pará) – Saúde e corpo perfeito ao mesmo tempo, mas com sabedoria. É preciso que haja discernimento, inteligência. As imagens que foram mostradas são exceções de homens e mulheres que querem e dão valor para essas aberrações (risos). É impossível se conquistar o outro sexo com isso.

O pastor – Você pode repetir (risos debochados)

Paulo Renato - Isso é para museu e circo.

O pastor - É para ator.

Paulo Renato - É para alguém ganhar dinheiro com isso, tudo bem, mas não para conquistar uma companheira, uma amiga, pois você não vai manter esse corpo a vida toda. Eu fiz academia dos 12 aos 17 e depois servi ao exercito, hoje tenho 67 anos e continuo nadando e caminhado e tenho um corpo normal para a minha idade. Nada é definido para sempre. As pessoas devem olhar as coisas que nós temos na cabeça e não olhar para músculo. Eu vou assim comprar um touro. (risada do pastor) que e é cheio de músculos para enganar os bestas da sociedade.

O pastor agradece a participação de todos e ele diz que o programa está prestando um serviço mostrando o que não deve ser feito. Ele lê mais algumas mensagens com o mesmo teor. E alguém pede que toque o hino do Santos (repetição de cenas anteriores). Em outras mensagens um rapaz chamado Bem Hur fala se aquele rapaz catarinense (falando do Forlan) não estaria arrependido da monstruosidade que fez ao seu corpo. O pastor atende uma ligação em que a participante Catia fala a respeito da enquete:

Catia – Acho lindo o corpo bem definido (o pastor ri com deboche), mas eu queria dizer que tudo que é demais faz mal. Devemos fazer exercício, mas não só para ter um corpo perfeito, pois isso não existe, mesmo porque os padrões de beleza exigidos pela sociedade estão em constante mudança.

³³ Tudo se repete (as imagens de gols e comemoração), contudo acontece um problema e ao invés de tocar o hino do Internacional, toca-se o hino do Atlético Mineiro só depois toca o hino do Inter (o pastor ri muito do deslize).

Em outra mensagem um participante pede que toque o hino do Grêmio (repetição dos procedimentos anteriores). Esta parte do programa tem duração de aproximadamente 20 minutos e 18 segundos o que no total é de 44 minutos e 12 segundos.

Tem início a preparação para o momento de oração. Onde é preparado o copo com água na mesinha de centro. Toca-se o hino de louvor acompanhado por imagens de crianças tristes e chorosas. Em seguida aparecem cenas de pessoas em desespero, chorando, correndo, brigas entre casais, amigos e familiares. Enquanto as cenas vão se sucedendo a letra do hino é colocando na parte inferior do vídeo. O hino é tocado por aproximadamente 2 minutos e 38 segundos.

Em seguida os bispos em volta de uma mesinha de centro, que contem um copo com água se ajoelham e fazem a oração de forma muito sentida e emocionada pedindo por aqueles que passam por situações difíceis (imagens de São Paulo, mostrando o tráfego, os edifícios e casas entre outras)³⁴. A oração é direcionada a diversas pessoas e não só ao tema apresentado no programa. Ao final eles bebem a água do copo e pedem aos telespectadores bebam também. Retorna o hino com cenas de pessoas orando, rindo e brincando. Este momento tem duração de aproximadamente 7 minutos e 27 segundos (no total).

A câmera volta ao pastor e ele fala que embora o tema abordado tenha sido ratos de academia, o programa não pretendia ofender ninguém. Ele faz a observação que algumas imagens contidas nas reportagens, não têm nada haver com ratos de academia. Justifica que esse termo “ratos de academia” não tem a finalidade de ofender ninguém, ainda que alguém se sinta ofendido não é intenção ou finalidade do programa. O bispo:

Nós usamos termo que normalmente se usa com respeito àqueles que se dedicam a academia e malham intensamente. Com respeito aos profissionais apresentados durante as reportagens nos queremos corrigir isso, porque realmente ali nos juntamos algumas matérias com vários temas diferentes³⁵. Então nós estamos corrigindo. Teve um rapaz que apareceu na matéria que ligou e pediu para que houvesse uma retificação.

³⁴ Como se aquela oração estivesse abrangendo todas as pessoas, independente de serem fieis ou não.

³⁵ Os profissionais de Fisiculturismo pedem ao pastor que retifiquem seu equívoco em classifica-los como “ratos de academia”.

Após a retificação aparece à chamada para o blog do Bispo Macedo – que pede que os participantes enviem mensagens e também recebem mensagens com palavras de fé do próprio Bispo em seus telefones celulares.

Volta a imagem do bispo que fala novamente da importância em se discutir temas como estes na sociedade brasileira. Ele pede aos telespectadores que não deixem de assistir e participar do programa. Além disso lembra que no site do programa existe um local em que os participantes podem sugerir temas a serem abordados no programa.

Este programa teve no total uma duração de 52 minutos e 48 segundos.

4.2 Programa 02: Em Nome Da Lei

Enquete: *A justiça brasileira: as condenações dependem da pressão da mídia, da gravidade do caso ou de quem morre e de quem mata?*

Este programa teve uma duração total de 58 minutos e 34 segundo e foi dividido em três partes. Ele tem início apresentado uma imagem de tribunal com um fundo musical forte (música instrumental baseada em filmes de suspense). Em seguida a tela é dividida ao meio onde aparecem as imagens da advogada Mércia Nakashima e da modelo Elisa Samúdio.

Foto 05 – Elisa Samúdio



Fonte: www.sempretops.com/noticias/caso-eliza-samudio

Foto 06 – Foto da advogada Mércia Nakashima

Fonte: www.jornaldapovo.com.br/noticia.php?id=5819

A repórter inicia seu discurso falando sobre a barbaridade desses crimes e que possibilitou desfechos tão diferentes. O primeiro caso diz respeito a advogada Mércia Nakashima – que foi dada como desaparecida no dia 23 de maio de 2010 – e o segundo caso da modelo Elisa Samúdio que também foi dada como desaparecida.

Neste momento a tela do vídeo fica negra e a palavra investigação aparece em letras vermelhas com o mesmo fundo musical anterior. A cena muda para as imagens do pai de Mércia (em desespero) em frete a represa (que se localiza na cidade de Nazaré Paulista) onde o corpo da filha foi encontrado. Aparecem, imagens do carro da advogada sendo retirado da represa. Estas cenas são espetacularizadas ao máximo com o intuito de causar emoção e ao mesmo tempo repúdio por parte daqueles que estão assistindo.

A cena muda já enfocando o caso de Elisa que ainda está desaparecida e já foi dada como morta pelas autoridades. Neste momento é mostrado o vídeo gravado por Elisa quando sai da delegacia da mulher onde fora denunciar o ex-goleiro do flamengo como autor das ameaças físicas e psicológicas que estava sendo vítima. Neste momento só as imagens aparecem porque a repórter continua sua preleção falando que esse poderia figurar como um crime aparentemente perfeito, pois o corpo da modelo ainda não havia sido encontrado. A partir dessa fala, aparece o vídeo novamente da modelo agora com áudio onde a modelo Elisa Samúdio diz que o ex-goleiro

Elisa (em vídeo) – Ele deu dois bofetões na minha cara e aí ele pegou meu braço e foi rodando e me empurrando. Eu então ameacei ele dizendo que ia procurar a polícia, ele disse que ninguém ia acreditar em mim. Então ele disse: 'não sei se te mato' e eu disse

que se ele me matasse todo mundo ia saber que foi ele. Ele rindo disse que se jogasse meu corpo em qualquer lugar ninguém ia desconfiar dele.

Em seguida a apresentação do vídeo aparecem cenas impactante em frete a casa da mãe de Elisa que chorando fala que o ex-goleiro é o culpado pela morte da filha e pede justiça no caso.

A tela é dividida novamente e aparecem imagens do advogado Misael bispo de Sousa e do ex-goleiro Bruno e na parte inferior do vídeo aparece a enquete do programa.

Logo após este momento são mostradas imagens de pessoas caminhando na rua. As quais são inqueridas sobre a culpabilidade ou inocência do ex-goleiro em relação a morte de sua namorada: a modelo Elisa Samúdio. No total foram mostradas a opinião de cinco pessoas as quais disseram que o rapaz era culpado da acusação de assassinar sua namorada.

A partir desses discursos apresentados, a cena muda para um promotor que fala sobre o poder da opinião publica e como ela mídia ajuda a “colocar lenha na fogueira”. Na visão do promotor “o acusado fica pré-condenado pela sociedade”, mesmo que venha a ser provada sua inocência, este individuo está destruído socialmente. Ainda, de acordo com o promotor “a opinião publica não aceita a absolvição daquele culpado”, pois no seu imaginário a justiça deve ser cumprida com a prisão do acusado.

Aparecem imagens do programa “Hoje em dia” em que o advogado de Bruno fala dos bastidores do depoimento da amante de Bruno: Fernanda Gomes e como ela foi coagida e torturada psicologicamente pela policia para falar o que se desejava ouvir dela. Em seguida são mostradas imagens da repercussão internacional do caso Bruno, são mostrados trechos de jornais de várias localidades falando sobre o caso, assim como algumas manchetes de jornais que traziam a noticia.

Depois desse momento aparecem imagens de Bruno sendo preso. Enquanto a repórter fala sobre as alegações da defesa que manifesta seu repudio e alegam que é uma irresponsabilidade a prisão do ex-goleiro, bem como dos oito suspeitos de estarem envolvidos no crime, já que segundo a defesa o corpo não foi encontrado, desta forma são se tem provas o suficiente da morte da modelo. Aparecem imagens do promotor do caso falando que não é preciso achar o corpo

para se configurar em crime de assassinato, pois já havia provas o suficiente para estabelecer o crime de sequestro e cárcere privado realizado contra Elisa.

A tela fica toda azul e surgem trechos da Constituição Federal:

CF: PRINCIPIO DA PRESUNÇÃO DA INOCENCIA ART. 5 – LVIII

“Ninguém será culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória”.

Mas no

CÓDIGO DE PROCESSO PENAL - ART. 312

“A prisão preventiva pode ser decretada como garantia da ordem pública, da ordem econômica, por conveniência da instrução criminal ou para assegurar a aplicação da lei penal”

Surgem novamente na tela as cenas da prisão do ex-goleiro. Em seguida a repórter fala que enquanto Bruno está preso, com o advogado Misael não foi bem assim, posto que ele conseguiu se livrar da prisão. Os dois acusados negam veementemente todas as acusações. O vídeo se divide novamente com imagens de Bruno de um lado e Misael do outro. A repórter então indaga: “eles serão eles culpados ou inocentes”.

Em seguida são apresentadas imagens do Edifício London – edifício onde o corpo de Isabela Nardone foi jogado do 6º andar. Este foi outro caso que gerou polemica e levou a sociedade a se rebelar contra o sistema exigindo que os culpados fossem presos. O clamor público pede por justiça. Aparecem cenas do casal Nardone sendo hostilizados pela população. A repórter argumenta dizendo que o clamor da massa ajudou na condenação dos culpados a uma pena de mais de 30 anos de prisão.

A cena muda para imagens do garotinho Pedrinho de 5 anos de idade, que foi morto devido a inúmeros ferimentos de espancamentos, causados pela mãe e o padrasto. Enquanto a repórter fala as imagens do menino são passadas no vídeo (ele jogando videogame, brincando com seus carrinhos, nadando e sorrindo para a câmera). A repórter fala que a condenação dos dois culpados pelo crime em regime semiaberto causou polemica. Mostra enquete na rua com os transeuntes. As

peessoas questionadas dizem que este penalidade foi uma palhaçada. Em outra cena a repórter fala que os dois culpados pelo crime não chegaram a cumprir a pena pois eles tem direito a recurso. Enquanto passam imagens do casal caminhando pela praça de mãos-dadas.

A condenação do casal em cumprir pena em regime semi-aberto causou polêmica. As pessoas são indagadas nas ruas sobre este fato e mostram sua indignação com a justiça brasileira. Alguns entrevistados dizem que “a justiça no Brasil é para preto e pobre”, outras “dizem que é uma completa palhaçada”, pois eles não chegaram a cumprir pena, já que entraram com um recurso no STF. Enquanto a reportagem fala sobre isso, são veiculadas imagens do casal caminhando no parque e conversando tranquilamente na praça de mãos dadas.

Surge então o questionamento: duas crianças mortas no mesmo ano, situações parecidas, punições diferentes e agilidade processual diferente. Quais os motivos para tamanha disparidade?

Aparecem imagens do “Caso da família Justi” em que o marido imbuído de uma fúria ciumenta atira em seus dois filhos, no irmão e acaba matando a esposa. Este crime aconteceu a 25 anos na cidade do Recife. As vítimas do crime falam sobre a morosidade do sistema judicial que em todo esse tempo ainda não julgou o acontecido. Enquanto a reportagem é veiculada imagens da filha (sobrevivente e do tio ao atentado) são mostradas.

Em seguida são mostradas cenas de um promotor falando sobre a morosidade do sistema judiciário brasileiro. Este também fala da sua desconfiança em relação a esse caso específico, já que segundo este até mesmo para o sistema judiciário brasileiro, 25 anos de espera por um julgamento é muito tempo. Ele acredita que haja “forças” contrárias a solução do caso ou mesmo influências poderosas para que este caso fique sem solução.

Começa então um fundo musical “romântico” com imagens de Isabela Nardone, Pedrinho e depois da Marta Justi. Então a repórter fala: “Três casos que tem em comum requintes de crueldade, frieza dos assassinos e indignação social. Mas o que os diferencia? A pressão da mídia, a gravidade do caso ou quem morre ou quem mata”. Esse primeiro momento de reportagens teve uma duração de 10 minutos e 4 segundos.

Em seguida o Bispo Darlan incentiva os telespectadores a participarem do programa e dar sua contribuição para o debate. Como forma de incentivo ele fala

que o Brasil é um país democrático e as pessoas tem o direito de expressar sua opinião mesmo se tratando de casos polêmicos como os abordados nas reportagens.

São mostradas no vídeo cenas da prisão do ex-promotor Igor Ferreira da Silva que foi acusado de matar a própria esposa Patricia Agil Longo (advogada) com a qual era casado a mais de 5 anos. Em seguida aparecem cenas da residência do casal, onde a polícia encontrou vários indícios e provas que apontam Igor como o autor do crime. Entre essas provas são apresentadas capsulas de projeteis que foram deflagrados, que estavam tanto na casa como no carro do acusado. Segundo depoimentos de testemunhas do caso Igor também contratou um homem para se passar por assassino de sua esposa. Ele conseguiu manter-se fugitivo das autoridades brasileiras por muito tempo. Neste momento cenas com imagens dos vários países que Igor visitou nos últimos anos são mostradas. A reportagem enfatiza a ideia de que Igor foi visto por alguns brasileiros nestes países e que estes o denunciaram as autoridades competentes.

Aparecem novamente imagens de Igor na prisão jogando xadrez com os companheiros de cela. A cena muda para a família da vitima (Patricia) – que estão chorando -, a repórter indaga sobre o caso aos familiares e, para surpresa de todos eles se mostrar a favor do acusado. Em entrevista a mãe de Patricia fala que Igor é inocente, que o casal foi vitima de uma armadilha para separá-los. Esse depoimento da mãe de Patricia causa certo impacto, pois não é o esperado. Essa reportagem dura em média 06 minutos.

A reportagem continua falando e mostrando imagens de crimes que tiveram grande repercussão no Brasil como os casos de: Antônio da Costa Santos – Prefeito de Campinas – que foi assassinado no dia 10 setembro de 2001; Celso Daniel – Prefeito de Santo André – que foi morto no dia 20 janeiro de 2002; Alexandre Martins de Castro – Juiz de Direito – que foi morto em 24 março de 2003. Esses casos geraram polêmica e alguns ainda não tiveram o desfecho esperado pela população brasileira. Cenas das famílias que lamentam a morosidade da justiça e clamam para que esta cumpra a função para a qual foi criada. Somando-se todas as reportagens, essa primeira parte teve uma duração de 26 minutos e 42 segundos.

A imagem agora centra-se no bispo que começa a interagir com os participantes do programa por telefone e e-mail. Ele repete a enquete do programa e incentiva os participantes a ligarem (o telefone está sempre visível na parte inferior

do vídeo só deixa de aparecer para dar lugar ao endereço eletrônico). A primeira participante da noite é a jornalista Cinthia que através do seu discurso percebemos que esta culpa a mídia pela eficácia da justiça no Brasil, vejamos:

Cinthia (jornalista) – Bispo em minha opinião, a pressão da mídia clama por justiça, e quando cai na mídia, fica exposto. Então não tem para onde fugir. A mídia apresentou vários casos que se não fosse por ela iria ficar impune. Agente exerce o nosso papel de buscar justiça. A mídia exerce um papel fundamental para que haja justiça e não fique impune. Buscamos uma imparcialidade, independentemente de quem comete crimes ou violências. Contudo, não podemos ser ingênuos e pensarmos que ela trata todo mundo igual. O famoso dá mais lobo.

Bispo – obrigada por sua participação. Então em sua opinião e que se não houver a participação da mídia, não há justiça no Brasil?

Cinthia – Não há, não há. Pode até haver em casos isolados, Também a gravidade do caso conta muito. Mas quando cai na mídia a lei precisa funcionar. Pois a voz do povo clama por justiça.

O bispo indaga ao próximo participante se ele concorda com o posicionamento da jornalista.

Paulo Lacerda (advogado criminalista) – Acho que há uma mistura nestas três indagações. Que eu acho que a pressão da mídia se sobrepõe de quem morre e de quem mata. Fico com a primeira opção, porque a mídia só entra em cena quando foi uma pessoa importante que matou ou que morreu. E nesses casos o que é determinado pela lei é que existe um homicídio que é culposos e outro que é doloso. Não pode haver essas confusões porque as penas são diferentes. E no caso do Brasil com a influência do 4º poder que é a mídia há uma interferência nos casos. Fala sobre os réus primários, sobre os direitos que essas pessoas tem de responder a acusação em liberdade, mas quando a mídia entra e o clamor público exige, a justiça precisa agir e passa a não exercer o que diz a lei, mas o que clama a sociedade. Por essa influência: então eu faço esse parâmetro porque quando é um pobre que morre ou mata não tem todo esse “circo” produzido pela mídia. Mas quando é uma pessoa famosa, ela acaba não conseguindo alguns benefícios assegurados por lei.

Bispo – Então o senhor acredita que no Brasil a mídia se sobrepõe ao Direito?

Paulo Lacerda – Infelizmente sim. O pobre não tem as mesmas regalias que o rico, mas o rico e famoso as vezes é prejudicado pelo estardalhaço feito pela mídia. O “caso Bruno” é um claro exemplo

desse fato, pois se ele não fosse rico e famoso poderia ter esperado em liberdade a conclusão do inquérito e responderia o processo em liberdade.

O bispo começa a ler algumas mensagens com opiniões dos telespectadores sobre a enquete. A maior parte das mensagens fala sobre o poder da mídia em agilizar determinados processos.

O bispo atende outro participante pelo telefone, desta vez é o professor de Educação física Carlos que fala:

Carlos – É preciso parabenizar o programa pela iniciativa em discutir temas tão polêmicos, mesmo aqueles que pode ferir de alguma forma os poderosos. Eu acho que a mídia se tornou em poder quase que incontrolável em nossa sociedade. Ela pode praticamente tudo. Veja alguns desses programas de fofoca, por exemplo eles trazem especialistas para comentar os casos e com isso influenciar a opinião publica a respeito. No caso dessa menina que foi morta (Isabela), eu já não aguentava mais, era em todo canal a mesma coisa. Tanto que você não tinha como fugir. Em todo lugar só se falava nisso. Então eu acho que a mídia em nossa sociedade exerce um super poder e influencia sim as pessoas.

O bispo lê mais e-mails de participantes, no e-mail de Fausto ele coloca que “a mídia influencia sim, mas os famosos são um alvo melhor do que aqueles que não são conhecidos”. A telespectadora Rafaela em seu e-mail diz que: “se o crime for bárbaro ele também recebe atenção da mídia e com isso um Zé ninguém alcança os seus quinze minutos de fama”. Ele lê mais alguns e-mails onde as opiniões praticamente se repetem, um detalhe interessante é que muitos participantes pedem ao bispo em suas mensagens que toque o hino do seu clube de futebol do coração, em praticamente todas as mensagens há esta solicitação.

O bispo passa a palavra para o pastor Carlos que está atendendo os participantes na Rádio Record FM do Rio de Janeiro, este enfatiza o convite para que todos participem expressando sua opinião sobre o tema e que também liguem para colocar seus nomes e de sua família no livro de orações. Através de suas palavras ele convida todos àqueles que estão com problemas a assistirem ao programa e participarem deste.

O bispo fala novamente com outro participante por telefone que demonstra um opinião semelhante aquelas apresentada anteriormente, isto é enfatizando o poder da mídia em fazer justiça ou não em determinados casos.

O bispo então pede aos participantes e telespectadores que busquem um copo com água para o momento de oração. É o momento de reflexão com o hino de louvor que é apresentado em forma de clip musical, onde cenas de pessoas desesperadas, angustiadas e lacrimosas acompanham a letra da musica.

A cena muda para o bispo e os pastores reunidos de joelhos em volta da mesinha de centro para o momento de oração. A oração é direcionada a todas as pessoas que se sentem injustiçadas pelo sistema jurídico brasileiro, as pessoas que estão passando por algum problema com a lei, para as pessoas que trabalham direta e indiretamente com mídia, para que elas sejam conscientes e justas em seu trabalho e que visem sempre o bem comum.

O bispo chama a atenção para a mensagem do Bispo Macedo em seu blog (imagem de Edir Macedo e informações como acessar o blog e como receber mensagem do Bispo em seu celular).

O bispo agradece a participação de todos e convida para as reuniões diárias nos templos da IURD espalhados em todo o Brasil.

4.3 Programa 03 - Internet um mundo de ilusões

Enquete: *Internet, um mundo de ilusões: quem difama e engana na web quer fama, quer causar polemica ou a intenção é prejudicar?*

O programa tem inicio mostrando as fotos sensuais da cantora baiana Claudia Leite que foram parar num site inglês de pornografia em que Claudia recebe o nome de Emanuela e é uma garota de programa bissexual. A cena muda para o depoimento da presidente de um Fã clube da cantora. A moça fala que ficou perplexa com o que aconteceu e passa mais de 8 horas por dia no computador para tentar desmentir esse fato absurdo.

A reportagem continua mostrando imagens da cantora e atriz Sandy que também foi vitima de ataques desse tipo na internet, o caso mais polemico foi também quando fotos sua foram parar em um site de prostituição na internet. As

atrizes globais Carolina Dieckmann, Flavia Alessandra, Juliana Alves também passaram por esse constrangimento (imagens de fotos sensuais dessas atrizes que foram parar na net, em alguns casos até mesmo utilizaram montagens).

Imagens de Claudia Leite em sua casa falando sobre o acontecido (enquanto é realizada a entrevista, com a cantora no jardim de sua casa, são mostradas imagens da cantora em seus shows no trio elétrico, no carnaval da Bahia). A cantora fala em entrevista que ficou preocupada com o aconteceu porque acredita que

A internet é um mundo sei lá onde qualquer pessoa pode ofender e machucar os outros que não será punido por isso. As pessoas usam da forma que bem querem. Mas de todo esse episódio foi bom para chamar a atenção das autoridades. Quantas pessoas são vítimas desse fato e nem ficam sabendo?

Em seguida são mostradas imagens da analista de sistema Leila Batista que utiliza um blog para compartilhar com outras pessoas seu desejo de perder peso (sair 90 para os 50), imagens do blog “Renovação Total”, onde Leila mostra os depoimentos das pessoas e como estes a ajudaram em momentos difíceis em que pensava que ia desistir. Ela aponta a internet como um lugar em que as pessoas podem ajudar umas as outras sem precisar haver uma interação direta entre elas.

Aparecem imagens de um rapaz chamado Ewerton que é fanático por skate (imagens dos troféus conquistados pelo rapaz em diversos campeonatos de skate). A repórter fala que o rapaz não possui computador em casa paga, por isso ele precisa caminha quase meia hora e pagar R\$ 1 real por hora em uma *Lan House* para atualizar o conteúdo do blog criado por ele, onde são postados fotos e vídeos dos campeonatos que participou. Os amigos fazem comentários e até mesmo pessoas de outros países participam do blog. Imagens do blog e dos comentários que nele aparecem.

O escritor e blogueiro Marcelo Duarte explica que no começo os blogs eram uma espécie de diário eletrônico criado nos USA pelos estudantes. Somente depois se tornou um canal de informação e interatividade. Em seguida a entrevista do blogueiro aparecem imagens de pessoas famosas que possuem blogs: Oprah Winfrey, Barack Obama, economista Emanuel Rubini entre outros (imagens dessas pessoas e seus blog).

A reportagem avança mostrando informações e imagens de como criar um blog. A repórter enfatiza “ágeis, modernos e democráticos. Os blogs saem do mundo virtual para informar, divertir e influenciar pessoas em todo o mundo”.

Imagens da analista de comunicação Viviane Guerra, que em entrevista fala, que sempre utilizava os serviços bancários através da internet, descreve como foi vítima de um golpe na internet e perdeu todo o dinheiro que havia em sua conta e precisou ainda arcar com algumas pendências em relação ao banco. Ela diz que depois de negociar com o banco ela foi ressarcida de parte dos prejuízos.

Imagens de um advogado especialista em crimes virtuais explicando como você deve proceder para não ser vítima de golpes na internet. Em sequência aparece a entrevista com dois rapazes que queriam abrir uma empresa de computadores e foram vítimas do golpe de sites que oferecem produtos que não existem realmente. Neste caso eles compraram computadores que nunca chegaram. Imagens dos recibos de transferência bancária são mostrados para comprovar a fraude existente. A cena volta novamente para o advogado explicando como proceder em caso de compras na internet. Ele oferece informações básicas de como agir se estiver interessado em algo: primeiro deve-se procurar informações sobre os produtos que deseja comprar; fazer uma pesquisa de preço; procurar saber a previsão de entrega do produto; obter informações sobre o site com outros compradores e sobre a loja que está disponibilizando o produto.

O bispo então lê uma mensagem da enfermeira Cláudia que recebeu do banco no qual possuía conta pedindo para fazer um cadastramento. O link era falso, assim como o e-mail, ela conta que teve um prejuízo de mais de 20 mil reais.

O vídeo passa a exibir imagens de um computador onde se passam instruções de como proceder para não ser vítima de crimes virtuais:

- Todo computador deve está protegido por um bom antivírus;
- Deve-se fazer a atualização dos programas;
- Nunca utilizar em *Lan house* e redes sem fio que não são seguros para falar de informações confidenciais;
- Desconfiar de *sites* que dizem veja o premio que você ganhou e click aqui;

- Desconfiar de e-mail pedindo para você ver o convite, currículos, fotos em anexo, etc.

O especialista em informática Antônio Amílcar explica que desconfie a primeira vista, se um site pede para você cadastrar algo ou um e-mail desconhecido que você recebe em sua caixa de mensagem, fique atento em sua grande maioria trata-se de um vírus. Esta primeira parte do programa teve uma duração de 12 minutos e 52 segundos.

Este programa foi apresentado pelo Bispo Darlan Silva, ele fala sobre a internet como um mundo de ilusão e apresenta a enquete do programa. Em seguida indaga você já foi vítima de algo assim na internet? Instiga as pessoas a participarem do programa ligando para opinar sobre a enquete ou enviando uma mensagem via e-mail e brinca dizendo aos participantes que eles não devem se preocupar por o site do programa está bem protegido.

Em sequencia chama a matéria sobre mulheres que foram enganadas na internet por homens que abusaram de sua boa fé.

4.3.1 Reportagem 02

Imagens de site que oferecem bate-papo e imagens do depoimento da ex-modelo Isabel que se arriscar na internet procurando um parceiro e acabou encontrando alguém com quem se correspondeu durante 4 meses e depois de se conhecerem pessoalmente namoraram mais 6 meses, até que um dia ela descobriu que ele era casado. Quando ela tentou romper o relacionamento recebeu ameaças e chegou a ser agredida fisicamente por este. Ela abriu um boletim de ocorrência e solicitou medidas protetivas para fugir a violência do ex.

Imagens da psicóloga Rosa Fará que coordena um grupo de apoio a vítimas de crimes no meio virtual e que trabalha com o comportamento dos indivíduos na internet e lida com pessoas que tiveram experiências traumáticas através do computador. A psicóloga fala que devido a solidão propiciada pela sociedade contemporânea os indivíduos se sentem seguros na internet eles por necessitarem de apoio e consolo buscam em sala de bate-papo como forma de escape para seus medos e frustrações.

Imagens da corretora de seguros Celia Damasceno em que o namoro virtual terminou em tragédia, ela conheceu um rapaz bem mais jovem que ela e trocou confiança com ele pelo computador. Marcou um encontro com este suposto namorado e seu corpo foi encontrado em terreno baldio 05 dias depois, a causa da morte espancamento múltiplos (imagens de mulheres agredidas fisicamente). Os acusados do crime são três jovens e somente um é maior de idade. Os filhos da vítima descobriram através do site de relacionamento como chegar até os acusados e assim o fizeram e, logo em seguida chamaram a polícia. Entrevista com o chefe de polícia de São Paulo que aconselha as mulheres:

A desconfiarem desses homens e nunca cederem a pessoas que elas não conhecem pessoalmente informações pessoais e nunca ir a encontros com esses homens em lugares que não sejam públicos e sempre contar com a ajuda de alguém caso dê algo errado.

A cena muda apresentando imagens da *Prática do Sexteen entre crianças e adolescentes* – que consiste em postar nos computadores e no celular, fotos e textos sensuais. As autoridades falam que esta é uma prática corrente entre os jovens e por isso eles são em muitos casos vítimas de pedófila. O caso emblemático é o de Estefano que enganava os meninos dizendo que tinha 13 anos e depois e começava um relacionamento pelas redes sociais mostrando fotos sensuais e pedia as vítimas que enviassem fotos suas também, em seguida chantageava as crianças para que elas saíssem com ele. Esta parte do programa teve uma duração de aproximadamente 7 minutos.

O bispo fala: “entrou na internet e ficou com o dente quebrado” (referindo-se a corretora Celia Damasceno). Chama novamente a enquete e atende a ligação da professora Edna da cidade de Ribeirão Preto e o psicólogo Eduardo.

Edna – Eu vejo a web como o livre arbítrio dos internautas, ninguém engana, nós nos deixamos enganar, ninguém difama, as pessoas se deixam difamar. A intenção é de prejudicar, ninguém me prejudica, eu me deixo prejudicar. Web para mim é o livre arbítrio dos internautas.

Eduardo – se olharmos com atenção para a enquete as três são viáveis e tem um pouquinho de cada. Vamos supor: aconteceu um caso a pessoa quer ter seus 15 minutos de fama causando polemica e prejudicando alguém, na verdade uma coisa leva a outra, mas quem faz isso são pessoas psicopatas, pessoas com distúrbios.

Precisamos ter cuidado principalmente com as crianças. A intenção é prejudicar, com por exemplo da cantora Claudia Leite, quem fez aquilo a intenção era prejudicar tanto que baixou a alto estima dela. Gostaria que o senhor tocasse o hino do São Paulo futebol Clube.

Toca-se o hino (menos de 15 segundos) e o bispo lê as mensagens em que o telespectador pede que toquem o hino do Palmeiras (pastor faz brincadeira com o time). Toca-se o hino do Palmeiras. Lê mais mensagens em que: Cátia diz que são pessoas mal intencionadas já Geise fala que são pessoas ruins que querem destruir a vida dos outros. E pede que toque o hino do Botafogo (bispo faz comentários sobre a campanha do time no campeonato e diz que o botafogo irá perder no jogo do sábado para o time do Avaí)³⁶ e Luciano Miranda que escreve a intenção é prejudicar, são pessoas irresponsáveis, mas as pessoas devem ser mais cuidadosas em se tratando de internet. O pastor Carlos atende a ligação da dona de casa Raquel e do bancário Marcio e pergunta se eles já foram vitimas da internet ao que eles respondem:

Raquel – Não Deus me livre. a intenção é prejudicar, porque prejudica muito. Eu principalmente entro na internet com a autorização do meu esposo ou então quando estou acompanhado com ele, porque isso aí é uma coisa muito delicada, porque tem senhas. Hoje os adolescentes querem descobrir muito cedo coisas deveriam ser descobertas depois. Essas filmagens acabam a privacidade das pessoas.

Marcio – Acredito que a intenção é prejudicar os indivíduos. as pessoas devem prestar atenção as falsas noticias, não se envolver com ninguém a não ser que se tenha um conhecimento sobre essa pessoa. E essa historia de colocar fotos na internet é muito perigoso qualquer um pode usar suas fotos para qualquer coisa.

O bispo fala com pastor Carlos que está na Radio e convida as pessoas a participarem do programa expressando sua opinião sobre a enquete, colocando seus nomes no livro de oração ou para falarem dos seus problemas e arremata “não importa o tamanho do seu problema, Deus tem solução para todos eles”. O pastor Thiago que está também no Rio de Janeiro na Radio Copacabana FM fala os números de telefone desta e de outras rádios para que as pessoas possam participar e diz que o programa é dedicado a todas aquelas pessoas que estão

³⁶ Referindo-se ao jogo do Campeonato brasileiro de 2010.

desesperadas, que trazem um vazio no coração. Ele diz: “estamos aqui prontos para ouvirmos seus problemas para conversar”.

O bispo atende a ligação de Ivone estudante de direito da cidade do Recife:

Ivone – É para prejudicar mesmo e pode levar até a morte. Como aqui em Recife, ouve um caso de uma menina que conheceu um rapaz num site de relacionamento. Ele com aquela lábia convenceu a menina a encontrá-lo em shopping e depois foram a casa dele e ninguém sabe como ocorreu, ele matou a moça, esquartejou e depois enrolou ela em sacos plásticos e lençóis e guardou tudo no armário. Passaram vários dias até que a família louca atrás da garota fez campanha na mídia procurando a filha. Até que a mãe do rapaz, que morava no interior veio visitá-lo e sentindo um cheiro estranho na casa pensou que era sujeira e quando foi procurar no armário achou a moça em pedaços. O pai só reconheceu a filha pela mão. Tudo aconteceu pela internet. Acho que deveria haver bloqueios, se eu colocasse uma foto minha, só olhasse aquela foto quem eu desse permissão e não todo mundo.

Pelo telefone o professor Alan e a recepcionista Adriana falam:

Alan – A minha opinião é que a intenção é prejudicar, pois a pessoa que coloca a foto de uma pessoa em site pornô não é aparecer e sim prejudicar o outro. Ela não vai obter nenhuma fama com isso, só vai arrasar a outra pessoa. Isso aconteceu com uma amiga em que o ex namorado colocou fotos dela na internet como se ela fosse garota de programa. Colocou até o telefone real da moça. Ela acabou perdendo o emprego por isso. Bispo o senhor pode tocar o hino do Corinthians?

Adriana – Acho bispo que existem as três situações, mas a maioria das pessoas entra para prejudicar, e ainda mais os crimes de internet que ainda não são passíveis de punição.

O bispo pede a todos que preparem um copo com água para o momento de oração, “pois é o ponto de contato da fé, é o nosso referencial religioso e de fé, onde vamos falar com Deus (independente de sua religião: católicos, evangélicos, espíritas, vamos unir a nossa fé e focá-la em Deus)”. Aparece o mesmo clip musical de hino religioso que traz a ideia de que sem Deus tudo está um caos e quando ele entra na vida do indivíduo tudo se transforma, e isto só acontece no clip após a oração seguindo o mesmo ritual simbólico dos pastores ajoelhados em volta da mesinha orando fervorosamente pela salvação dos pecados. Volta o clip e em seguida o pastor pede atenção aos telespectadores para as palavras de fé do bispo Macedo em seu blog.

Após este momento o bispo encerra o programa desejando um bom dia a todos e falando que conta com a participação no próximo programa e também em qualquer templo da IURD.

4.4 Programa 04 - **TOP HITS**

Enquete: *Top hits: o que mais fascina na música é a mensagem transmitida, o poder de despertar emoção ou o fato de ser acessível a todos?*

O programa tem início apresentando o clipe da dupla sertaneja Fernando e Sorocaba com a Madrid. Em seguida são apresentados mais dois clipes de músicas que estão fazendo sucesso no momento (entre julho e setembro de 2010, pois estes “sucessos” musicais no Brasil são meteóricos, isto é, passam muito rápido até que aparece outro sucesso) da cantora Ivete Sangalo (Quando a chuva passar) e da dupla sertaneja Zezé de Camargo & Luciano (Prá mudar a minha vida). Enquanto toca o clipe são mostradas imagens dos shows desses artistas.

Em seguida são apresentados trechos de músicas “clássicas” do imaginário popular como “Trem das onze”, “Saudosa maloca”, “Garota de Ipanema”, “Asa branca”, “A carta”, entre outras. Aparecem estudiosos de música e falando sobre a importância da música na construção da identidade nacional, pois o Brasil é conhecido internacionalmente pela qualidade de sua música e de seus compositores como Tom Jobim e Vinícius de Moraes. O historiador Claudio Matarazzo fala que:

A música acaba por refletir os valores de uma sociedade e assim como a sociedade se transforma os valores são também transformados, os gêneros musicais hoje tão aclamados, são um reflexo da mudança de valores dos indivíduos. Ele cita o exemplo da música e dos hábitos culturais da década de 1930 quando o homem tratava a mulher como “deusa”, cultuava sua beleza interior, fazia serenata para ela em frente a sua casa e a tratava como uma joia preciosa. Hoje o rapaz vai a uma festa e é escolhido pela mulher para uma breve dança sensual, que mais se parece com um ato sexual. E, no final das contas leva a exatamente isso.

A cena muda para os bailes *Funks*, com trechos de músicas e coreografias apresentadas nesses bailes. A reportagem segue mostrando que o funk é o ritmo

musical brasileiro que mais adquire adeptos, já que hoje não pode ser mais vinculados a população dos morros e comunidades, ele abrange também as classes médias e altas das grandes cidades. Aparecem imagens de um baile funk em uma boate “famosa” da zona sul Rio de Janeiro por ser reduto de classe média e alta. São mostradas mulheres vestidas com roupa de grife e homens em seus carros importados dançando ao som do funk. A repórter indaga a uma moça por que ela gosta de funk ao que ela responde “gosto porque me dá a ideia de que estou vivendo em outro mundo, outra realidade”, a garota que está próxima diz que “na maioria das vezes não consigo entender o significado da letra, mas curto a batida assim mesmo”.

Saindo do baile funk da boate classe alta a imagem mostra agora um baile funk numa comunidade que não foi identificada, mas que reflete a grande maioria dos casos, onde o tráfico de drogas está presente e muitas vezes é o financiador desses bailes, mostra cenas de violência e promiscuidade sexual. A reportagem deixa claro que esses locais refletem uma sociedade falida em seus valores morais, onde mulheres se submetem a serem tratadas como objeto sexual e rebaixadas a qualidade de “cachorras”, “eguinha pocotó”, “desequilibradas”, etc.

O bispo entra em cena e instiga os telespectadores a participarem do programa e manifestar sua opinião. Ele chama a próxima matéria que fala sobre a agressividade das letras que algumas músicas trazem em relação a mulher e do Projeto de Lei de uma vereadora baiana que pretende proibir o gasto de dinheiro público na contratação de bandas que cantem músicas que denigra a imagem da mulher. Aparece, então uma enquete realizada com pessoas nas ruas sobre este questão. Boa parte das pessoas que opinaram falaram que eram contra esse projeto, que existia coisas mais importantes que o poder público deveria se ocupar:

Emilia – Acho uma bobagem, que não quiser escutar, que não escute. Ninguém é obrigado a ouvir e muito menos dançar.

Rodrigo – o governo deveria se preocupar com a situação de pobreza no Brasil e não com as músicas que as pessoas estão escutando.

Jeferson – Eu gosto de ver as mulheres dançado sem nenhum pudor essas músicas, elas ficam soltinhas, prontas para o “abate”.

Augusto – Acho essas músicas uma pouca vergonha mesmo. Deveria era ser proibido de uma vez.

Aparece a imagem do bispo e ele começa a interagir com o primeiro participante do programa que se chama Andreia e é dona de casa e em seguida conversa com João Carlos psicopedagogo.

Andreia – Bispo eu acho que a facilidade hoje para se conseguir as coisas é muito. Na minha época se saía um disco de um cantor eu tinha que esperar a musica ser tocada na radio para gravar em fita cassete. Hoje antes mesmo do disco está nas lojas já tem para pegar na internet, as pessoas passam de um celular a outro. Então fica mais fácil das pessoas adquirirem musicas ruim.

João Carlos – Bispo acho que os indivíduos perderem totalmente sua referência de valores, pois hoje as mulheres se sujeitam a rebolar em ritmos que denegrem sua imagem e não se importam com isso. Estas se esquecem da luta e sofrimento que muitas tiveram que se submeter para conseguir um lugar na sociedade e no mercado de trabalho, para não serem tratadas não mais como seres inferiores, mas como iguais. E quando essas “cachorras”, “poposudas” e “preparadas” dançam acabam desmoralizando todas as mulheres.

O bispo lê algumas mensagens que foram enviadas via e-mails, o teor dessas é o seguinte:

Lídia – Eu gosto de música, principalmente se ela for romântica. Elas me fazem sonhar e pensar em coisas boas.

José Adriano – Temos muita facilidade em conseguir algumas musicas. Elas estão disponíveis na net é só clicar para baixar. Por favor toque o hino do São Paulo

Claudio – Acho que as pessoas escutam as musicas pelas mensagens que elas transmitem.

O bispo atende um novo participante, o engenheiro civil Antônio Marcos que argumenta:

Antônio Marcos – Eu acredito que o problema é mais grave. Hoje só temos acesso ao que a mídia disponibiliza. E a maioria das pessoas só tem acesso a televisão aberta, então elas ficam presas ao que está passando na globo. Se uma musica é tocada na novela, mesmo que seja uma porcaria, ela logo cai no gosto da galera. As pessoas não prestam atenção a letra da música. Eu tenho muito cuidado em selecionar o que minhas filhas ouvem, mas infelizmente quando chegam na rua são bombardeadas por esse lixo que é chamado de

música. Obrigada por fazer um programa democrático em que podem opinar. Gostaria que o senhor tocasse o hino Internacional.

O bispo agradece a participação e convida a todos para se prepararem para o momento da oração. Ele chama os outros pastores para envolta da mesinha de joelhos fazerem suas preces. Começa então a tocar o hino de louvor e aparecem as imagens do clip com a letra do hino (as imagens são sempre as mesmas, pessoas aparentemente angustiadas, desesperadas, chorando, de casais brigando e crianças tristes). A imagem volta para o bispo e os pastores o volume da musica e diminuído a iluminação também recebe uma atenção para ficar mais intimista. O bispo ora por todas as pessoas que escutam músicas que denigrem a imagem da mulher, pedindo que eles adquiram consciência de seus atos. Percebe-se pelo tom que há certa recriminação em relação a esse comportamento desregrado. Este programa teve uma duração de aproximadamente 58 minutos e 27 segundos.

4.5 Programa 05 – Amores nada convencionais

Enquete: *Amores nada convencionais: o maior desafio é vencer o preconceito, as próprias diferenças ou crer no sentimento?*

O programa tem inicio com a imagem de um casal se beijando, sendo que a mulher é aparentemente bem mais jovem que o homem. Eles estão caminhando na rua de mãos dadas e as pessoas olham com certa repreensão e comentam a ralação dos dois. Em seguida é apresentada uma entrevista que foi realizada com o casal antes mencionado. O rapaz se chama Jorge é engenheiro civil e 60 anos, ela se chama Jessica, estudante de economia, tem 20 anos. Para os padrões sociais estabelecidos, eles formam um casal atípico e por isso são vitima de preconceitos. Eles falam dos preconceitos de que são vítimas, dos constrangimentos que sofrem quase que diariamente, como por exemplo, as pessoas perguntam se a moça é neta dele. Muitas vezes ele é acusado de pedófilo, outros falam que ele está sendo ingênuo que essa relação não pode ser duradoura.

É realizada uma enquete com pessoas nas ruas perguntando a opinião sobre o relacionamento dos dois. As pessoas responderam da seguinte forma:

Carmem – Acho uma vergonha ele devia se enxergar e ver que ela só está afim do dinheiro dele.

Paulo – É uma diferença de 40 anos é praticamente uma vida. Não acho que vá durar.

Isabel – Não tenho nada contra, mas acho que ele poderia procurar uma mulher se aproximasse um pouco mais de sua idade. Sobre o que será que eles conversam?

A cena agora mostra um casal de em situação inversa, isto é com uma mulher bem mais velha que o homem. A repórter fala que nesta relação o preconceito é ainda maior, pois a sociedade convencionou que para uma relação seja duradoura deve haver um equilíbrio ou que o homem seja um pouco mais velho que a mulher. Em seguida são mostradas imagens de casais que se encontram nessa relação pouco convencional, como vemos a seguir: Tom Cruise (50) e Kate Holmes (33); Brad Pitt (49) e Angelina Jolie (37); Demi Moore (52) e Ashton Kutcher (34).

Foto 07 - Tom Cruise e Kate Holmes



Fonte: <http://katiesuri.wordpress.com>

Foto 08 - Brad Pitt e Angelina Jolie



Fonte: <http://entretenimento.uol.com.br/famosos>

Foto 09 - Demi Moore e Ashton Kutcher

Fonte: <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/>

A cena passa agora a abordar um casal com deficiência visual mostrando o seu dia-a-dia e como eles conseguem superar as dificuldades. Aparece também um casal com anões que trabalham em um circo, um casal de portadores da Síndrome de Down.

O bispo Clodomir Soares entra em cena para chamar os telespectadores a participarem do debate. Ele apresenta a enquete de forma incisiva e ostensiva falando que espera a participação de todos por telefone ou por e-mail. E chama a segunda reportagem.

Aparece a cena de uma casa em que vivem famílias diferentes, sendo que o marido é compartilhado por quatro mulheres diferentes. A repórter chama a atenção falando que não se trata de uma família do oriente médio, mas sim de uma família brasileira, nordestina da cidade de Arco Verde no interior do estado de Pernambuco. Eles falam dos preconceitos que sofrem por viverem juntos na mesma casa. A família é constituída por seu João que se casou com Maria das Graças, depois passou a viver também com Rita de Cássia (irmã do meio), mais tarde trouxe para casa Josefa (irmã mais nova) e para finalizar trouxe também Luzia (prima das outras “esposas”). Eles contam que vivem felizes e em paz, mas a sociedade os condena por “viverem em pecado”. Seu João diz que se eles vivessem em casas separadas como fazem muitos homens que tem duas famílias talvez ele fosse respeitado.

Esta reportagem começa com imagem de dois homens que se encontram na rua, começam a conversar e depois caminham de mãos dadas. Em seguida é mostrada cenas destes jovens sentados em uma sala com várias pessoas

(possivelmente representando a família) que a princípio se mostram alegres, mas logo em seguida se mostram desesperadas. Essa simulação é realizada com somente com as imagens e um fundo musical dramático. Em seguida são mostradas cenas desses jovens sendo vítimas de fofoca e piadas no local de trabalho, na rua, na academia. Em forma de clip musical aparece um dos jovens caminhando com lágrimas nos olhos ao som de *Avril Lavigne (I'm with you)*³⁷. É um momento dramático, pois mostra a desilusão e angústia do rapaz como ele está sofrendo com esse amor que não é aceito pela sociedade. Esta primeira parte do programa teve uma duração de 19 minutos e 36 segundos.

O bispo volta pronto para atender ao primeiro telespectador que está na linha, trata-se da publicitária Lucia Martins e do funcionário público Silvio Melo.

Bispo – Boa noite a senhora Lucia tem qual opinião sobre a enquete de hoje? O que a senhora acha dessas pessoas que tem esses amores fora dos padrões.

Lucia Martins – Bispo acho que essas pessoas sofrem demais, pois são vítima de preconceito em todo lugar. O melhor seria que elas pudessem se adaptar a sociedade. Viver junto de outra pessoa já é um desafio e quando envolve essas diferenças é um desafio maior. Na reportagem sobre os casais com diferença de idade esse fato fica evidente. Acho que para a mulher é mais difícil ter um companheiro mais novo a sociedade “pega mais no pé”.

Silvio Melo – Acho que esta senhora foi muito generosa, pois a sociedade exige um tipo de comportamento nosso e se caso não fazemos aquilo que se espera de nós vamos sofrer as consequências. A sociedade vê com estranheza uma mulher de 50 anos com um garotão de 20 ou 25 anos. Não é normal.

O bispo agradece a participação e começa a ler algumas mensagens. A maioria fala sobre as dificuldades de viver um amor em que a sociedade não aceita. Beatriz do Rio de Janeiro escreve que:

Beatriz – Já passei por uma situação difícil me apaixonei por um rapaz e começamos a namorar, ele parecia ser o melhor homem do mundo. Depois de dois anos namorando decidimos viver juntos. Quando já tínhamos três filhos e vários anos juntos descobri que ele tinha uma esposa e outra família. Me senti arrasada sem saber o que fazer. Comecei a entender porque algumas pessoas da família dele

³⁷ Essa música fez muito sucesso no seriado *Smallville* (terceira temporada) durante a separação dos personagens principais Clark e Lana.

olhavam estranhas para mim. É muito difícil ser vítima de preconceito, receber o nome de “a outra”, aquela que destruiu o lar, a família de alguém. Não sei o que fazer.

O bispo pede ajuda aos pastores que estão nas rádios para que estes convidem as pessoas a participarem do programa manifestando sua opinião. O pastor Thiago fala que qualquer pessoa pode participar que eles não estão ali para julgar ninguém. O pastor diz que várias pessoas estão pedindo para que seus nomes sejam incluídos no livro de oração.

O bispo volta então ao centro do palco disposto a conversar o com os telespectadores que estão na linha, trata-se da dona-de-casa Auxiliadora e cabelereiro Jonatas.

Auxiliadora – Bispo nossa sociedade cobra muito das pessoas que não andam na linha. Acho que só o amor não basta para manter as pessoas juntas. Crer no sentimento de uma pessoa as vezes não é o bastante para sustentar um amor. Conheço algumas pessoas que se amavam, mas por conta de preconceitos bobos elas preferiram fugir do sentimento. O senhor pode colocar o nome da minha família no livro de oração?

Jonatas – Quando se ama verdadeiramente alguém todos os preconceitos e desafios são superados só que para isso acontecer é preciso que ambas as partes estejam envolvidas da mesma forma. Eu já sofri muito preconceito por amar uma pessoa e devido aos preconceitos ela preferiu não ficar comigo. Bispo peço que coloque meu nome no livro de oração.

O bispo fala que para evitar complicações e sofrimentos seria melhor ter um amor convencional. Ele então chama outro telespectador que está na linha,

Bispo – Boa noite com quem eu falo?

Joaquim – O senhor fala com Joaquim.

Bispo – O que você acha do nosso debate de hoje?

Joaquim – Bispo eu sou totalmente contra para mim lugar de viado é na cadeia, eles acabam com suas safadezas influenciando nossos filhos a achar que tudo é normal. O senhor sabe que não é normal vê dois homens se beijando na rua, acho uma aberração. O homem que também possui duas famílias é errado, ele vai sempre magoar uma é como diz a bíblia “o homem não pode servir a dois senhores”, acho que assim não tem como ele ter duas famílias e dar atenção para as

duas da mesma forma. O senhor pode pedir para tocar o hino do Fluminense. Boa Noite.

O bispo pede aos telespectadores que se preparem para o momento de oração com o copo d'água. Começa o clip musical com o hino de louvor, seguindo o ritual visto em outros programas.

Ele junto com o pastor Carlos ajoelhados em volta da mesa, oram por todos aqueles que estão passando por dificuldades amorosas, que estão sofrendo por estarem vivendo um amor que não é aceito pela sociedade. O bispo afirma que “deixa tudo nas mãos de Deus, ele sabe o que fazer. Não tema porque Deus vai te tratar com justiça desde que você o procure e renuncie ao erro e o pecado. A cena muda para o blog do Bispo Macedo com mensagens de incentivo a participação deste. Em seguida o bispo despede-se convidando para estarem com ele novamente no próximo programa.

V CAPÍTULO – O PROGRAMA “FALA QUE EU TE ESCUTO”: ESPETÁCULO E CONVERSÃO

Para buscar uma compreensão sobre o programa a presente pesquisa procurou levantar primeiramente as principais características do seu jornalismo através da análise de conteúdos propostos pelo programa, decompondo as categorias de mensagens veiculadas, os gêneros jornalísticos, o conteúdo dos depoimentos e testemunhos, das imagens veiculadas, das músicas selecionadas, para que assim fosse possível tipificá-lo. Depois de conhecermos o conteúdo, buscamos a compreensão do seu discurso e como ele se dá efetivamente. Após identificarmos as categorias fundamentais da teologia da Igreja Universal, buscamos entender a frequência de determinados temas no programa e qual o seu significado para o fiel e o público em geral, esta compreensão só foi possível a partir da utilização da técnica de pesquisa conhecida como análise de conteúdo agregada ao que chamamos de grupo de análise inspirada na técnica de grupo focal.

5.1 Análise do conteúdo do programa “Fala que eu te escuto”

Na pesquisa aqui relatada, o caráter interativo da técnica de grupo de análise nos permitiu captar zonas de conflito, contradições e tensões nas falas dos participantes em relação aos temas abordados nos programas “Fala que eu te escuto”, o que contribuiu para potencializar a análise de discurso que foi empreendida com e a partir das discussões realizadas no programa. No entanto, cabe destacar que foram também utilizadas para análise, uma série de falas individuais, porque entende-se que elas só foram possíveis de serem enunciadas no contexto grupal, na medida em que os participantes se sentiram como se estivessem conversando entre eles, quase esquecendo que estavam sendo registradas pelo gravador.

Alguns desses discursos que penetram na religião são autorizados e reconhecidos como produtivos para gerar as aprendizagens adequadas. Tais discursos provêm de fora “de pessoas do mundo”. Este fato exemplifica a escolha de temas não religiosos que figura nos programas “Fala que eu te escuto”, já que em

todos os programas assistidos e gravados não se encontrou nenhum que trouxesse explicitamente um tema religioso.

Minha relação com os participantes do grupo pode ser descrita como um encontro, uma parceria necessária para o pensar, analisar e escrever este estudo. Estes fizeram o encontro se tornar rico em opiniões diversas, não mostraram em tempo algum tensão por estarem fazendo parte de uma pesquisa que envolvia várias denominações religiosas, o respeito pelo outro e pela opinião do outro foi um fato marcante nesse grupo, que em alguns momentos fez-me repensar as relações sociais de uma forma geral, isto acabou por surpreender-me.

No entanto, discutir temas polêmicos apresentados em um programa religioso que não faz parte da sua religião, traz algumas implicações, algumas anteriores e outras posteriores a minha presença, pelas relações de saber-poder que, mesmo não intencionalmente, introduzi ou coloquei em movimento naquela instância. Apesar de considerar essa anterioridade difícil de ser demarcada, acredito, por exemplo, que, ao discutirmos os temas abordados nos programas, por exemplo, o programa que tinha como título: *“As feias que me perdoem, mas beleza é fundamental: quem pensa assim é preconceituoso, realista ou iludido?”* Pude acessar como se dão suas relações consigo e com os outros, com os objetos, com os sentimentos, enfim, configurando o modo como se relacionam na vida.

As maiores dificuldades que encontrei estavam ligadas às preocupações dos participantes em não causar mal estar para seus companheiros de grupo, fato que em primeiro momento causou até certo constrangimento e tensão, mas aos poucos os participantes foram soltando-se e respeitando a opinião do outro sem que com isso afetasse o seu ponto de vista.

Outra grande dificuldade foi selecionar apenas 05 programas num universo de 85 gravados para assim obter uma edição. Consegui enfim fazer esta seleção pensando um pouco no tipo de grupo que gostaríamos de formar para discutir os temas abordados. Desta forma, foram escolhidos os programas descritos no capítulo anterior. Pela diversidade de temas e opiniões como ficou explicito na descrição dos programas. Averiguamos que ao realizar investigações que envolvem reunião com muitas pessoas, é preciso elaborar uma engenharia bastante complexa. E, no meu caso, procurei evitar ao máximo as situações que pudessem inviabilizar a realização do estudo, aceitando o curto período de tempo que os participantes disponibilizavam e ainda o fato cansaço de suas atividades cotidianas, o nível instrucional de alguns

participantes, para que estes não se sentissem inferiores ao contrário superiores aos demais.

Previamente discuti com cada um deles individualmente o teor da pesquisa, assegurei que esse estudo tinha um fim acadêmico e não o intuito de valorizar ou ao contrário desvalorizar alguma crença religiosa e os orientei a ser o mais verdadeiro possível, para que assim tivessem um resultado condizente com a realidade.

Realizei um encontro individual com cada participante para falar sobre os objetivos da pesquisa, para enfatizar a importância que os participantes teriam para a realização do trabalho, para esclarecer dúvidas a respeito dos procedimentos de pesquisa e traçar um perfil do participante.

Toda a reunião foi gravada para posterior transcrição e análise. A agenda desse encontro foi previamente planejada, compondo um roteiro diretivo com as temáticas abordadas nos programas selecionados que considerou os interesses de pesquisa antes de começar a coleta das informações. Esse roteiro teve de ser flexibilizado à medida, em que as interações foram acontecendo.

A reunião foi dividida em quatro etapas. A primeira etapa, chamada de "momento de integração", onde os participantes foram apresentados e puderam descontrair um pouco. A segunda etapa foi chamada de "momento de observação", onde os participantes assistiram a edição dos 05 programas selecionados e tinha como objetivo agregar elementos para preparar a discussão. Na terceira etapa, aconteceram as discussões grupais com base nas reportagens apresentadas nos programas, nas falas dos participantes e no roteiro diretivo. E por fim o grupo fez uma reflexão acerca da importância do programa para a sociedade brasileira.

As principais vantagens da utilização do grupo de análise neste caso, com relação a outras formas de coleta de informações como as entrevistas individuais, por exemplo, é de que o grupo de análise possibilitou pensar coletivamente uma temática que é comum não só aos participantes do programa.

Um desses exemplos pode ser verificado nos desdobramentos da discussão que fizemos acerca do tema sobre os "amores não convencionais" (tratando da homoafetividade, por exemplo) foi possível perceber como os participantes da pesquisa lidam de forma ainda preconceituosa com a ideia de pessoas do mesmo sexo ter relacionamentos afetivos e sexuais (não diferente das opiniões manifestadas pelos participantes durante o programa), como aparece nas transcrições que seguem.

Elisa – E isso daí é horrível, porque, não é algo criado por Deus, são pessoas anormais com algum problema. Não tiveram orientação da família, por isso se desviaram do caminho de Deus, mas se eles se arrependerem Deus os salvará. Conheço até um rapaz que deixou esta vida depois que conheceu Jesus.

Gabriela – Às vezes, não me incomoda, penso que eles têm os mesmos direitos que nós, depois volto atrás e penso que não é normal. Por que com tanta mulher no mundo eles precisam ficar com outros homens. Será que não pensam na família como ela deve sofrer sabendo que tem um filho ou filha desviada.

Paulo – Acredito sejam pessoas revoltadas e que por algum motivo querem ferir a sociedade ou sua família. Eu não tenho nada contra, mas não gosto de ver manifestações públicas de afetos entre eles, principalmente quando estou com minhas filhas pequenas.

Francisco – Vejo isso como uma safadeza de pessoas que não tem Deus no coração. Se elas não fossem tão egoístas pensariam mais nos outros em suas famílias e parentes.

Xavier – São pessoas doentes, só podem ser, isso não é normal. Deveriam fazer um tratamento.

Um aspecto que cabe salientar tem a ver com um pressuposto de que percepções, atitudes, opiniões e representações são social e culturalmente construídas e no caso do programa “Fala que eu te escuto” elas se mostram espetacularizadas, já que nossa sociedade ainda possui uma base machista advinda de valores judaico-cristã. E no enredo elaborado pelo programa, através do uso de imagens com cenas “chocantes” de homens se beijando em público, de mulheres masculinizadas ou o contrário de homens efeminado, todos nós somos ao mesmo tempo, protagonistas e espectadores de um grandioso espetáculo que nunca sai do ar, alimentando os preconceitos arraigados na sociedade.

Esse programa cria um espetáculo muito mais rico, complexo e interessante do que os produzidos pelos meios de comunicação convencionais: “o espetáculo da fé”, busca incessante de uma recriação imaginária da própria vida. Afinal, na “Novela da vida real”, os personagens somos nós. A vida produz o enredo.

As perguntas então seriam: num programa religiosp, pode a ficção competir com a dramaticidade da vida real? O fato que nos leva a promover tal reflexão acerca da religião midiática é o uso abundante de técnicas teatrais (claramente perceptíveis no programa “Fala que eu te escuto”) resultando numa religiosidade

fruto da indústria de entretenimento, submetida a uma lógica narrativa e ao principal objetivo dessa indústria: cativar um público e mantê-lo satisfeito.

Por isso mesmo a religião-entretenimento dos dias de hoje parece também divertida, fácil, animada, colorida e sensacional. É um espetáculo para as massas, fazendo uma ligação com o que afirmou Debord (1997).

Utilizarei a discussão que fiz dos depoimentos acima para demonstrar alguns aspectos que ficaram manifestos desse pressuposto na minha investigação. Nos fragmentos acima, as críticas ou julgamentos, os preconceitos são elementos que levados a uma posição espetacularizada pelo programa reforça as bases da doutrina da IURD. Nas falas dos participantes vemos de forma explícita e implícita o seu repúdio por relações homoafetivas, alguns até chegando a afirmar:

Xavier – Isso (referindo-se a homoafetividade) só pode ser coisa do diabo que quer destruir a obra de Deus. Essas pessoas precisam de ajuda, precisam ser curadas. Conheço casos que a pessoa foi para a Igreja e quando chegou descobriram que ela estava com um encosto, por isso ela gostava da safadeza, era o “bicho” atentando.

O participante Ivan, por sua vez, declara que não aceita a homoafetividade de forma alguma *“são pessoas sujas que devem ser isoladas, para não se misturar com gente de bem”*. Este entre outros depoimentos vem corroborar a doutrina da Igreja que se lança numa “cruzada divina” pela salvação dos homossexuais, “macumbeiros”, “drogados” e “aidéticos”. Observem que as categorias e definições utilizadas pela Igreja, através do programa, para retratar esses grupos é discriminatória, preconceituosa e etnocêntrica. Utilizando essas informações perguntei: O que eles pensavam sobre a decisão de um juiz sancionando e autorizando a união estável legal entre pessoas do mesmo sexo? Esse momento ocasionou certa balburdia com todos falando ao mesmo tempo, querendo expressar sua opinião. Em síntese quase todos eram contra a decisão do juiz e acreditam ser um desperdício de tempo da justiça tratar de assuntos sem importância para a sociedade em geral. Observei que estes se consideram participantes incluídos socialmente enquanto os outros devem ser excluídos totalmente.

Outro tema que gerou controvérsia foi em relação ao padrão de beleza ostentado pela nossa sociedade e tão difícil de ser atingindo pela maioria das mulheres brasileiras. Com essa discussão foi possível analisar a edição de dois

programas diferentes: *Ratos de academia: eles querem uma saúde perfeita, um corpo perfeito ou descarregar as frustrações por meio da malhação* e *“As feias que me perdoem, mas beleza é fundamental”*: quem pensa assim é preconceituoso, realista ou iludido?

Como podemos perceber até mesmo os títulos dos programas apresentam um caráter espetacularizado e em alguns casos ofensivos, estes servem como arma para chamar a atenção do telespectador principalmente àquele que está trocando o canal.

Em relação à questão dos padrões de beleza estabelecidos pela nossa sociedade, as falas dos participantes do grupo revelam uma sintonia com o programa, pois o programa sentencia através da recorrência ao tema e a utilização de imagens e depoimentos que se trata de uma futilidade, de pessoas que querem suprir o “vazio interior” com elementos de consumo. Esta ideia leva o telespectador a ver a beleza como algo interior e não exterior, sendo, desta forma todos belos diante de Deus.

Camila – Eu sou adventista do sétimo dia, não me importo quando as pessoas perguntam em relação as minhas roupas, meu cabelo ou o uso de maquiagem. Nem ligo, o que importam são meus sentimentos e como Deus enxerga meu coração. Conheço muitas pessoas que são lindas por fora, mas podres por dentro.

Maria – Sou dona-de-casa não tenho muito tempo para essas besteiras de maquiagem e pintar cabelo. Se me perguntam (sobre o cabelo com fios brancos) falo que é uma mostra da minha experiência de vida e das provações que já passei.

Elisa – Sou velha (65 anos), mas gosto de me cuidar quero estar bonita por dentro e por fora.

Charles – Não gosto de mulher que fica o tempo todo no salão. Mulher bonita é mulher natural sem silicone, malhação, com carne para ter onde pegar. Essas mulheres magras, não acho graça nenhuma. Falo sempre para a minha esposa, não inventa moda não.

Gabriela – Gosto de me vestir bem, de estar bonita, não é porque sou crente que tenho que andar desleixada. ‘Fico meio com medo’ de falar a um rapaz que sou crente e ele pensar que sou daquelas pessoas que não gostam de nada.

Ivan – A beleza vem de Deus, do que serve uma pessoa bonita por fora, feita pelos médicos? Essa pessoa é feliz? Eu vi a mulher dizendo no programa que passava o dia inteiro só com umas folhas de alface. Desde quando “mato” é comida de gente, eu sabia que era de animal.

Por esses fragmentos é possível perceber como de forma implícita o programa influencia e molda a forma de pensar dos telespectadores reforçando mensagens a muito inculcadas em nossa mente e ao mesmo tempo mostrando que o comportamento esperado para uma “pessoa de Deus” seria privilegiar os aspectos interiores dos indivíduos e não os externos.

Na discussão desse tema encontramos alguns desafios, manter o foco talvez tenha sido um dos principais. Parece fácil teoricamente retomar o tema sempre que este é desviado. No entanto, por se tratar de indivíduos de diferentes religiões, sexos, idade e grau de instrução e pela complexidade do assunto, muitas situações ocorreram em que foi necessário esclarecer qual era o objetivo do grupo ou enfatizar o tema abordado pelo programa, fazer isso sem induzir a um tipo de resposta que seria satisfatória ao moderador é extremamente difícil. É preciso paciência, cuidado e sutileza.

Contudo, essas dificuldades em nada desmerecem a utilização do grupo de análise como técnica qualitativa de investigação, visto que outras potencialidades do grupo análise advêm do pensar coletivamente, como facilitar a expressão verbal dos participantes através de um processo de interação que favorecesse a expressão de emoções e sentimentos dos indivíduos a respeito do tema abordado, ao mesmo tempo, foi possível observarmos as controvérsias e conflitos ao longo dos debates. Perguntei aos participantes como eles lidavam com a questão do padrão de beleza imposto pela sociedade.

Na fala de Gabriela, o que está em jogo parece ser a dificuldade em estabelecer os critérios para as experiências consigo mesma. Jorge Larrosa (1984, p. 78) argumenta que “a necessidade de julgar-se a si próprio em função da própria transformação é desencadeante dos mecanismos discursivos de auto-observação e de auto-reflexão sobre a prática”. Ao assumir sua fragilidade e falar de seus medos, de suas inseguranças, de desconfiâncias, a jovem Gabriela anuncia como é viver entre os dogmas de sua religião e o que a sociedade espera de seus membros.

A jovem, ao indicar seus principais conflitos assume um tom resignado ao dizer que “*fico meio com medo*” de falar a um rapaz sua condição de “crente”. Aqui a expressão “meio” pode oferecer pistas interessantes, na medida em que uma das acepções dicionarizadas do termo define este como “o centro de um espaço; lugar que dista igualmente de todos os pontos a seu redor” (HOUAISS, 2003).

A partir dos discursos dos participantes percebemos que estes temas foram apresentados nos programas de forma espetacularizada, já que através da utilização de imagens fortes (como a cena do rapaz levado ao hospital, pois estava com uma infecção causada pela aplicação de hormônio para cavalos – a famosa bomba) causa certo horror e repulsa, de uma trilha sonora contextualizada com o tema, do depoimento de pessoas que de certa forma se sentem marginalizadas socialmente como é caso dos “anoréxicos”, “vigorexicos” e aqueles viciados em malhação e a opinião de cientistas e especialistas na área em discussão. Foi possível perceber claramente a intenção do programa, isto é, mostrar de uma forma velada que estas pessoas que procuram atingir um padrão de beleza imposto pela sociedade sofrem algum tipo de distúrbio psicológico. Não nos esqueçamos que a religião iurdiana prega a ideia de submissão a vontade divina, o que Deus faz não pode ser modificado a não ser pela sua própria interferência e não do indivíduo.

Como os programas trazem em si um tema comum: a ideia de padronização de beleza imposta pela mídia e pela sociedade capitalista de consumo, concluímos que seria possível unir os dois programas para não tornar cansativa a discussão com um tema recorrente. Assistindo aos programas posteriores aos da nossa gravação é possível perceber que este tema surge com certa frequência, isto é, mais ou menos uma vez a cada mês (com novas roupagens, mas com o mesmo foco implícito).

Ao nosso grupo foi indagada qual a opinião deles em relação ao programa? Se eles concordavam com o posicionamento das pessoas que fizeram parte do programa mostrando suas dificuldades em se livrar da anorexia, bulimia e vigorexia? Se aqueles que praticam malhação por muitas horas durante o dia podem ser considerados viciados? A sociedade impõe um padrão de beleza?

Houve uma variação de opiniões a respeito:

Ivan - Essa historia de vigo o que? É para aquelas pessoas que não tem o que fazer, por isso perdem tempo nas academias.

Xavier - Esses caras que ficam muito tempo na academia é porque são inseguros e trabalham no bem bom, se tivessem que pegar no pesado não precisaria disso não, eu por exemplo nunca entrei numa academia e tenho o corpo malhado, essas mulheres que ficam sem comer é por causa da televisão que enche a cabeça das mulheres com besteira de ser magra, pergunte a qualquer homem se ele gosta de pele e osso, não minha filha, quem gosta de osso é cachorro.

A fala acima representa de certa forma a opinião do grupo a respeito do tema, já que somente a estudante de pós-graduação Gabriela, que revelou ser uma adepta da academia e sempre que tem um tempo livre, todos concordaram que estes problemas são fruto de influências da mídia e dos padrões de beleza criados impostos pela sociedade de consumo na qual estamos inseridos, é possível perceber isso através da fala do professor:

Paulo - Essas mulheres querem atingir um padrão de beleza que está acima das suas determinações físicas, não é toda mulher que pode ser uma modelo, haja visto que existem diferentes tipos de corpos, mas a mídia e com ela a moda pressiona tanto o indivíduo que nos vemos sem saída. Outro dia minha mulher foi comprar uma calça jeans e voltou totalmente insatisfeita, pois não encontrou nenhuma que servisse no seu tamanho que tivesse uma cintura alta. Ela acabou de ter bebê mas a mídia não quer saber disso, as mulheres devem ser plastificadas e aparecerem sempre bonitas. Me lembra até um texto que li de Arnaldo Jabor (os homens desejam mulheres que não existem).

A fala de Paulo representa nas palavras de Debord (1997, p. 40), uma sociedade dominada pela banalização e a maior de todas as banalizações é a do próprio ser humano, visto que ao dar-se como espetáculo, ocorre a coisificação do humano e, por conseguinte, a sua banalização – uma vez que já não é mais fim, e sim meio. Por isso, o homem que se deixa influenciar pela mídia na busca de algo que está longe de sua real conquista se deixa banalizar e, esse ser banalizado é a vedete do espetáculo. Vale ressaltar o emprego do termo *vedete*: vedete é aquela pessoa que é colocada em evidência, isto é, para ser vista. Entretanto, para o autor, a vedete é o oposto do indivíduo. Esse discurso do participante corrobora o discurso da própria IURD, onde os indivíduos felizes são aqueles que possuem valores religiosos e os cumprem a risca e não aquelas pessoas que acreditam que ter um corpo bonito é sinônimo de felicidade. Minha pergunta para o grupo foi: por que uma pessoa bonita também não pode ser considerada inteligente e feliz? Por que existe essa dicotomia na sociedade entre inteligência e beleza e se eles perceberam isso no programa. Minhas perguntas foram intencionais, haja vista que eu já havia percebido esse discurso em vários programas.

Elisa – Eu concordo com isso, porque as pessoas precisam mexer em seu corpo para serem felizes. Será que é mesmo uma necessidade física? Talvez elas estejam precisando de ajuda

espiritual. Acho que elas não querem melhorar a saúde e sim se mostrar ser os valentões, os fortões que brigam com todo mundo. As mulheres querem competir entre si para não perderem seus maridos para o mundo.

Francisco – Acho que as pessoas se deixam levar sim. O pastor tem razão em dizer que são pessoas vazias, que procuram no exterior delas e dos outros, o que falta nelas. Elas podem fazer mil plásticas, nunca ficarão satisfeitas e felizes. O problema está aqui (apontou para a cabeça).

Charles – Quando fazia parte da igreja Deus é amor, tive alguns problemas em casa com minhas filhas, elas perguntavam por que não podiam vestir calça para irem a escola ou usar maquiagem como as outras meninas. Mas elas só tinham 09 e 11 anos vocês acreditam? A culpa é da sociedade e principalmente da televisão que cria moda.

Camila – Já tive problemas em conseguir emprego devido a minha aparência e olha que não sou feia, mas como sou adventista algumas coisas não são permitidas em minha igreja, como andar com muita maquiagem, com roupas muito curtas e justas, além de não pode estudar e trabalhar na sexta-feira a partir do pôr-do-sol e no sábado até o momento em que o sol se põe. Eu não me importo, para mim beleza tem que vir de dentro.

A partir das falas podemos observar que pessoas de diferentes crenças e graus de instrução se deixaram levar pelo discurso do pastor e dos testemunhos apresentados no programa em relação aos padrões de beleza ostentados pela nossa sociedade como uma tendência a adoração de ídolos. Esse fato também se constitui nas palavras de Debord (1997) como um mecanismo ou estratégia alienante, já que um homem alienado é um adorador de ídolos, este se deixa dominar acaba por se empobrecer e transferindo seus poderes de vida e decisão a coisas que estão fora e além dele. Outro caminho possível é vermos que o programa reflete os anseios próprios da nossa sociedade onde os indivíduos são vistos e lembrados pelo “ter” e não pelo “ser”. Desta forma este poderia ser visto como um produto oferecido pelo mercado religioso para atender aos desejos desses indivíduos de serem vistos e compreendidos.

Os participantes do grupo elogiaram a forma como as reportagens são montadas e apresentadas, com imagens e trilha sonora interessante. Estes informantes, assim como os telespectadores do programa foram seduzidos por estas imagens e as músicas expostas nas reportagens. Elas estão obviamente ligadas a ideia de dominação espetacular alienante que se dá, principalmente, pelo uso que

faz da imagem (cenas como a do rapaz na cama do hospital sendo atendidos por médicos para retirar os hormônios para cavalo que foram injetados em seu corpo é chocante, mostrar aquele líquido esverdeando com pedaços de sangue coagulados, é uma forma de atrair a atenção, já que muitas pessoas tem fascínio pelo mórbido) além da cena em aparece uma moça de um metro e setenta com apenas 40 quilos, essa moça era só pele e osso, vítima da anorexia, do casal homoafetivo andando de mãos dadas na rua etc.

Em análise das falas dos participantes do programa e do grupo podemos observar que as técnicas de alienação como tentação e sedução podem ser facilmente observadas nas imagens e discursos proferidos, ao mesmo tempo em que intimidação e provocação se manifestam em menor intensidade. O discurso defendido pelo programa é que os telespectadores são bons, pessoas que necessitam de um ombro amigo, de serem ouvidas, o papel do mal corresponde a situação econômica do país que lhe prejudica, a insegurança que está fora de seu lar, mas que invade sua vida além dos espíritos malignos que o impede de ter sucesso na vida, a responsabilidade pela situação adversa do telespectador é exterior a ele. Utilizando-se de um discurso sedutor, o Pastor apresentador propõe que o telespectador deseje querer-fazer parte da igreja para mudar essa realidade. Ou também, tenta nos convencer pela tentação de se tornar salvo, empresário bem-sucedido, dono de propriedades, carros importados e ter uma perfeita harmonia familiar, para isso também basta a ele querer-fazer de acordo com a mensagem do pastor-apresentador. Não se deixar manipular compreende recusar o contrato oferecido pela Igreja, através da convicção de outros sistemas de valores.

Um aspecto que chamou atenção do grupo e foi explicitado por este, diz respeito ao respaldo da ciência (falas de cientistas e especialista no assunto) e os depoimentos de pessoas que vivem com a anorexia, bulimia, vigorexia e até mesmo aquelas que recorrem às plásticas para alcançar o padrão de beleza estipulado pela sociedade. Esse elemento estratégico leva o leigo a pensar que os cientistas estão falando a verdade. Uma verdade construída elaborada e editada de acordo com as necessidades do programa.

Ivan – Acho muito importante quando um médico vem explicar as coisas. Eles são estudados, tem autoridade para falar. Se diz uma coisa é porque é verdade, porque ia mentir?

Elisa – Eu acredito primeiramente em Deus e depois nos médicos, eles sabem das coisas.

Gabriela – Quando vejo em um programa um medico dando entrevista sobre um determinado assunto vejo que ele quer comprovar, assinar embaixo do que foi exposto. O programa sabe usar isso muito bem. Se uma pessoa tiver trocando de canal e não saber que está na Record ela assiste a primeira parte do programa como se fosse um jornal.

Paulo – Parece bobagem e coisa sem importância ficar sem comer ou fazer dietas malucas, mas quando vemos um especialista no assunto seja, psicólogo, médico, nutricionista falando sobre o assunto, pensamos a coisa é seria. Os programas de televisão servem em alguns casos para nos mostrar isso. Eu por exemplo, não sabia que trocar a comida por bebida era um tipo de doença. [...] Eles estudaram sabem o que estão dizendo.

Camila – Se Deus fez os médicos é porque eles devem ser respeitados, embora tenha muito medico sem escrúpulos, que só pensam em dinheiro. Mas eu respeito e sigo as orientações.

A partir destas e outras falas, compreendi a importância de analisar de perto a opinião de pessoas a respeito do programa, mesmo com os testemunhos oferecidos durante o programa, observar os gestos, as expressões, a postura de cada participante se torna bem mais profundo que somente ouvir os testemunhos por telefone ou escutar as mensagens lidas pelo pastor. Esta técnica nos deu a oportunidade de aprofundar e analisar determinadas questões em um prazo curto, pois aquela pessoa que numa entrevista particular se mostrou tímida no grupo demonstrou uma desenvoltura bem vinda para a análise do programa.

Entretanto, a técnica tem alguns limites que vamos explicitar agora. O pesquisador tem menor controle sobre a sessão (desvio no foco e falta de preparo do moderador). Abaixo segue uma intervenção da observadora, que percebeu que eu (moderadora) não estava conseguindo manter a organização e o foco. *“Flor – gente, vocês não podem falar ao mesmo tempo, pois na hora de fazer a transcrição fica uma bagunça!”*. Este momento se deu a partir da discussão do programa que versava sobre Direito e Justiça no Brasil (A Justiça brasileira: as condenações dependem da pressão da mídia, da gravidade do caso ou de quem morre e de quem mata?), trazendo em uma das reportagens o caso do ex-goleiro do Flamengo Bruno, pois cada participante queria expressar sua opinião. Houve um momento de tensão, contudo a partir desse momento o debate concentrou-se em dois participantes um

advogado e professor que expressavam suas opiniões de forma enfática, o primeiro defendia a ideia de objetividade do direito que se o indivíduo for acusado de um crime ele deve ser punido independentemente de sua situação social, classe, raça etc. O segundo buscava através de argumentos explicitar a ineficácia das leis em determinados setores da sociedade e mostrava através de exemplos que a lei no Brasil é para “preto e pobre”.

O advogado disse que era preciso ser cuidadoso em relacionar Direito e Justiça, pois são coisas diferentes quando se está falando de Justiça do ponto de vista social e não das leis.

Paulo – Veja o caso da mulher que foi presa e cumpriu seis meses de reclusão, pois esta havia furtado uma lata de leite do supermercado para alimentar os seus quatro filhos. Ela foi presa em flagrante. Para o sistema jurídico brasileiro foi feito já que um crime foi punido. Mas, em relação a sociedade, esse ato foi considerado uma barbaridade, um absurdo. Já em casos que se tornam famosos pela mídia como o caso Isabela Nardone e Eloá, a mídia e própria sociedade exige que se faça justiça.

Contudo, o professor rebateu dizendo que no Brasil, os indivíduos que possuem influência ou dinheiro conseguem se burlar a lei, pois somente os menos privilegiados socialmente são presos e ficam reclusos em um presídio, pois dependendo de quem cometa o crime ou das influências políticas que ele possua dificilmente ele será preso ou ficará preso por muito tempo. Neste momento da discussão o aposentado Francisco lembrou o caso do ex-goleiro do Flamengo Bruno (apresentado no programa),

Francisco – Este rapaz era rico e famoso, foi acusado de matar uma mulher, não acharam o corpo dela, mas como existiu uma pressão da sociedade ele foi preso, pois o povo queria justiça. Eu acredito e respeito as leis do meu país.

Gabriela – Mas será que ele vai ficar preso mesmo? Talvez estejam só esperando a “poeira baixar”, o povo esquecer, sabe. Por que o povo no Brasil esquece muito rápido é só aparecer outro escândalo e pronto.

Essas falas demonstram como o programa consegue prender a atenção dos indivíduos, mesmo aqueles sendo de uma religião diferente, visto que, os participantes desse grupo confessaram já terem assistido ao programa varias vezes.

Outra limitação está na amostra, por ela ser pequena e intencional acaba por pressionar o investigador a se preocupar em amenizar os conflitos e não causar nenhum tipo de constrangimento ou desentendimento entre os participantes, então procura-se minimizar os efeitos que determinados posicionamentos possam ter nos demais.

E por último, cabe lembrar a necessidade de devolução (triangulação) dos dados para validação e, além, da grande quantidade de dados e a dificuldade na própria organização e análise dos mesmos. No que se refere a devolução dos depoimentos obtidos eu e as observadoras realizamos cerca de 05 meses depois da coleta uma reunião onde apresentamos as principais análises e os depoimentos correspondentes.

Ao final do processo de levantamento e transcrição das informações produzidas no trabalho de campo, passei, então, a tentar conferir alguns sentidos a esse conjunto de informações. As tentativas de organização exigiram uma série de exercícios de minha parte, uma vez que a quantidade de informações geradas (cerca de 50 páginas transcritas) tinha sido significativa.

Com o material transcrito, iniciou-se a análise dos dados. Foi realizada a análise de conteúdo (Bardin, 1977), referente aos programas assistidos e as falas dos participantes do grupo, que identifica categorias a serem analisadas e discutidas. Foi um trabalho meticuloso e exaustivo. No entanto, os dados proporcionaram uma discussão profunda e dinâmica sobre as bases do discurso religioso da IURD, propagado pelo programa “Fala que eu te escuto”. As bases teóricas referente a IURD e seu comportamento proselitista discutidos por Campos (1997), Freston (1993), Mariano (1999) e Oro (2003) .

Durante a realização da reunião com o grupo surgiram algumas preocupações éticas que devem ser consideradas em relação à utilização de uma técnica de pesquisa inspirada no grupo focal (Morgan, 1993), além das preocupações oriundas da realização de pesquisas com indivíduos de religiões e crenças diferenciadas, tive receio que o debate levasse para o lado pessoal e consequentemente pudesse causar algum tipo de constrangimento ou aborrecimento aos presentes. Em relação a essa técnica qualitativa de análise, há um aspecto que deve ser considerado durante o planejamento: os temas propostos para a discussão. A dificuldade em selecionar os programas com temas comuns e que ao mesmo tempo provocasse uma reflexão e posterior debate foi imensa, já que

se não for bem escolhido, os temas podem ocasionar uma situação de estresse em função da discussão de tópicos complexos e experienciados de forma negativa pelos participantes. Portanto, deve-se considerar as crenças e valores dos participantes diante do tema, para evitar colocá-los em situação de constrangedora.

A moderadora preocupou-se em definir uma série de procedimentos que visava evitar ou amenizar o estresse da discussão do tema. Primeiramente, antes da realização dos grupos, foi realizada uma conversa individualmente com cada participante com o intuito de clarificar o objetivo da pesquisa e os procedimentos adotados, e de conhecê-lo melhor. No início reunião, foi estabelecido um acordo verbal com os participantes do grupo. Este acordo estabeleceu as regras básicas para o desenvolvimento da pesquisa e a concordância de todos em manter as informações discutidas no grupo em sigilo e respeitar as opiniões e os sentimentos de todos, indiscriminadamente. Estas combinações foram retomadas ao longo das discussões quando algum participante queria se exaltar e tentar impor a sua visão de mundo, bem como seus costumes e crenças.

Durante a realização do grupo, foram observados os comportamentos verbais e não verbais (cabeça baixa, roer unhas, rosto apreensivo, caretas, gestos com as mãos para enfatizar uma ideia, uma postura mais tensa, etc.), que surgiram durante a sessão e que poderiam evidenciar o mal-estar das participantes. Carey (1994) revelou que o moderador tem a responsabilidade de monitorar e interceder, apropriadamente, quando as informações se tornarem muito particulares ou mobilizarem sentimentos desagradáveis. A preocupação com o bem-estar das participantes foi constante. Como também, o reforço em manter a confiabilidade do sigilo das informações trazidas.

Ao término da sessão, conforme sugere Morgan (1997), a moderadora averiguou os sentimentos dos participantes, se eles estavam bem, se estavam preocupados com o que havia falado durante a discussão. Para tanto, foi realizada uma avaliação verbal e informal nos momentos finais da reunião. Esta atitude permitiu aos participantes exporem seus sentimentos, ao mesmo tempo em que os aliviou da ansiedade gerada pelos temas discutidos. Se o participante confirmasse o seu sentimento de insatisfação ou mal-estar, estes sentimentos eram melhor investigados através de perguntas, por exemplo: “Em que momento você se sentiu mal?”. A fim de auxiliar o participante, a pesquisadora estimulou o grupo a fazer uma avaliação dos conteúdos debatidos. A partir dessas informações foi possível

perceber as falhas que haviam acontecido no processo. Entre elas podemos citar, de acordo com fala do participante:

Paulo – Eu achei muito interessante. Nunca havia participado de uma pesquisa antes. Porém seria melhor que da próxima vez tivesse um maior número de pessoas e que o tempo fosse maior para a discussão. Veja são temas muito polêmicos não dá para discutir tudo de uma só vez. Poderia ser até mais proveitoso.

Diante de todos estes procedimentos éticos, a moderadora se sentiu em condições de conduzir o grupo. A proposta de trabalho estava devidamente esclarecida, e a participação no grupo foi uma opção dos participantes. No entanto, mesmo assim, foi necessário constantemente, durante a realização do grupo, retomar as combinações iniciais.

Por fim, decidi organizar as informações a partir de três unidades. Essas unidades foram definidas com base nos interesses do estudo: explorar as compreensões dos participantes em relação aos temas abordados; compreender porque o programa “Fala que eu te escuto” faz sucesso entre todos os públicos e se com isso ele serve com estratégia de arregimentação de fieis.

No período do trabalho de campo, muitas questões instigaram-me e chamaram-me a atenção. Eu ouvia as gravações, lia as transcrições e perguntava-me o que estava ali e eu não conseguia ver. Naquele contexto em que circulavam diferentes forças, em que significados iam sendo construídos e negociações e práticas sociais iam sendo enunciadas, busquei estabelecer uma leitura que produzisse um movimento analítico que transitasse por diferentes lugares, como o lugar-religioso e o lugar-midiático, e por diferentes processos, como a espetacularização do programa como estratégia proselitista, o programa como uma espécie de entretenimento e como forma de terapia.

A análise das diferentes falas que os participantes jovens produziram no espaço de discussão, criado no grupo, possibilitou delinear discursos e estratégias conflitantes, e, deste modo, não se pode dizer que os discursos de que a mídia influencia e até mesmo determina padrões de beleza de boa forma sejam uniformemente coercitivos, uma ideia apresentada Gabriela sobre o programa me chamou atenção,

Gabriela – Acho que o programa faz “sucesso” porque passa aquilo que as pessoas querem ver. Se você teve um dia estressante, se está de mal humor e cansada, infeliz até, você não quer ouvir um pastor falar sobre as belezas do Reino de Deus, você quer que ele fale sobre coisas que você vê e sente no dia-a-dia.

Esta fala me fez ver que talvez muito mais que um elemento alienante ou de dominação dos indivíduos o programa tenha tanto “sucesso” de IBOPE nas madrugadas por oferecer dentro das demandas do mercado religioso brasileiro, o produto que é mais apreciado pelos indivíduos. Como bem coloca Gabriela as pessoas não querem ser recriminadas durante a madrugada, ela quer conforto, consolo, ajuda, alguém que as entenda. Desta forma, quando assistem ao programa elas conseguem satisfazer essas necessidades parcialmente, por isso muitas decidem procurar a IURD para sentir aquele alívio novamente.

Pensando nesse pressuposto, organizamos as informações coletadas a partir de três unidades temáticas. Essas unidades foram definidas com base nos interesses do estudo e ficaram assim definidas: explorar as compreensões dos participantes sobre as impressões sobre o programa, explorar se a partir desse programa eles poderiam vir a frequentar a IURD; e problematizar a relação entre os temas abordados nos programas e o conceito de espetáculo.

A análise propriamente dita deu-se numa articulação entre os elementos que compõem os enunciados de uma discursividade sobre os temas abordados nos programas, a forma como eles adquirem o caráter de espetáculo no decorrer do programa com imagens fortes e chamativas, trilhas musicais que mexem com os sentimentos, discursos em tom sensacionalistas. É preciso esclarecer que a nossa proposta de trabalho e que esperamos ter conseguido, foi organizar os enunciados de uma determinada forma e não de muitas outras possíveis, agrupando as unidades temáticas como se este agrupamento fosse possível de visualizar.

As unidades que organizei se formam em torno das questões sobre o programa “Fala que eu te escuto” como uma forma midiática de espetacularização, através da qual atrai simpatizantes para as causas defendidas pela IURD.

A primeira unidade envolveu compreender como um programa que não trata de temas religiosos de forma explícita consegue atrair pessoas de todas as religiões (exceto umbandistas).

A segunda unidade considerou analisar o discurso dos participantes acerca dos temas abordados nos programas e como estes trabalhando com imagens cotidianas e respaldo de especialistas conseguem prender a atenção dando credibilidade as ideias propostas e defendidas pela Igreja.

A terceira unidade concebeu o cuidado como uma síntese das outras duas, onde o discurso proferido pelos participantes do programa bem como do nosso grupo de análise, acerca do programa veio a confirmar o seu caráter espetacularizado.

As três unidades temáticas foram organizadas de modo a formar um corpo discursivo que pudesse responder as questões de pesquisa, com base em que os diferentes discursos sociais, as posições de sujeito dos participantes e, por último, as continuidades das coisas ditas e das variedades das modalidades enunciativas (FISCHER, 1996). Assim, ao operar metodologicamente com a análise de discurso de 'inspiração foucaultiana', busquei trabalhar as falas, decompô-las, multiplicar os sentidos que elas podiam conter, bem como localizar os rastros ou as marcas dos discursos que se articulam para torná-las possíveis.

Para isso, apoio-me também em Orlandi (1999), que considera os discursos como os produtos culturais e os textos são produzidos no interior de práticas contextualizadas histórica e socialmente. A autora argumenta, ainda, que as marcas encontradas na superfície textual envolvem o reconhecimento de que todo evento de comunicação é ou faz parte de um ritual social e que toda contextualização passa sempre por mediações.

A opção por trabalhar com um grupo específico facilitou a produção e a análise deste tipo de evento de comunicação, na medida, que, "analisar o discurso seria dar conta exatamente disso: de relações históricas, de práticas muito concretas, que estão 'vivas' nos discursos" (FISCHER, 2001, p. 198). Conforme Foucault (1999, p. 56): "É para estabelecer as séries diversas, entrecruzadas, divergentes muitas vezes, mas não autônomas, que permitem circunscrever o "lugar" do acontecimento, as margens de sua contingência, as condições de sua aparição." Outra questão refere-se ao foco de problematização, ou seja, o exame do poder e da constituição subjetiva como elementos centrais na análise das práticas discursivas.

As condições de existência de um discurso que institui e ao mesmo constitui o sujeito jovem, ocorrem na medida em que a compreensão das relações de poder-

saber permite que se mostre a positividade e a materialidade dos discursos. Essa materialidade pode aparecer quando se fazem ao *corpus* discursivo questões como essas: quem pode falar o quê? Para quem e em que lugar?

Dessa forma, busca-se mapear como poder e saber produzem sentidos e como estes podem sofrer influência da mídia e ao mesmo tempo influenciá-la. O fato é que recursos áudios-visuais estão sendo amplamente usados para o entretenimento religioso, considerando que os programas religiosos são veiculados em praticamente todos os canais abertos do país e em todos os horários.

Hoje, as grandes igrejas precisam dominar a televisão para sobreviver. Tão somente porque programas religiosos de rádio quase não atraem receita publicitária. E assim, não há modo melhor de chamar fiéis para os templos do que as novidades revisitadas. Isso faz parte da essência de toda e qualquer produção com vistas ao entretenimento. O “novo”, o “inusitado” e o “diferente” têm que ter lugar. Esse espaço viabiliza o chamariz para os templos, os verdadeiros celeiros das ofertas. Maior exemplo disso, de acordo com a pesquisa de Oro (2009)³⁸, é o fato de que oito em cada dez fiéis que chegam a um dos templos da Igreja Universal foram cativados pela pregação no vídeo, imediatista e cheia de novidades.

As opções metodológicas realizadas na trajetória do processo de pesquisa se notabilizam por um conjunto de escolhas nem sempre fáceis de serem explicadas, nem, necessariamente as melhores ou mais corretas, mas aquelas que foram possíveis pelas leituras de outros estudos e pelas reflexões advindas destas materiais.

Dessa forma, o objetivo principal deste estudo não é revelar algo que estaria por trás das falas dos participantes, mas acessar os discursos e as relações percebidas pelos participantes entre o discurso da IURD e como ele é utilizado no programa. Dizendo de outro modo: a análise de discurso realizada permitiu que ao olhar os materiais e perguntar de que maneira essas coisas são ditas, o que significa terem se manifestado ali, naquele grupo, naquela ambiente e não em outro lugar e ao analisar, não os enunciados ocultos ou subentendidos, mas o que está explícito como linguagem mesmo, interroguei a linguagem naquilo que ela produz e naquilo que a produziu. Conforme Fischer (1996, p. 106):

³⁸ ORO, Ari Pedro. Religiões Pentecostais e meios de comunicação de massa no Sul do Brasil. **Revista Eclesiástica Brasileira**, 50, 198, junho, 2009. p. 304-334.

As “coisas ditas” [...] para Foucault, são radicalmente amarradas às dinâmicas de poder e saber de seu tempo. Daí que o conceito de prática discursiva, para Foucault, não se confunde com a mera expressão de ideias, pensamentos ou formulação de frases. Exercer uma prática significa falar segundo determinadas regras e expor as relações que se dão dentro de um discurso.

Portanto, interessou-me a análise do conteúdo dos programas e dos discursos proferidos pelos participantes do grupo, com o intuito de ressaltar essas formações discursivas para verificar a forma como os participantes se referiram aos temas abordados, com que frequência utilizava um enunciado, como empregaram um determinado conceito e, finalmente, para qual estratégia o enunciado estava sendo empregado, caracterizando a formação discursiva pela regularidade com que determinadas práticas se apresentaram e se materializaram.

A escolha teórico-metodológica que realizei dependeu em grande parte da posição de sujeito que ocupei. O que significa dizer que a combinação de uma determinada forma de coletar informações com uma maneira específica de analisá-la implica uma visão de mundo, de ciência e de cultura. Essa posição epistemológica de ver e querer conhecer o mundo é que permitiram ancorar a formação de grupo específico para análise e a técnica de análise de discurso em uma noção de linguagem enquanto um sistema de constituição de significados que é situado tanto histórico quanto socialmente.

5.2. As categorias fundamentais do discurso da IURD presente no Programa “Fala que eu te escuto”

Após ter identificado no discurso da Igreja Universal suas categorias fundamentais, verifiquei qual a frequência dessas categorias nas mensagens do programa “Fala que eu te escuto”. Preliminarmente ficou caracterizado que a igreja se utiliza do programa para sistematizar e reforçar seu discurso, através reportagens espetacularizadas, com imagens fortes, trilha musical propicias a prender a atenção do individuo, além de depoimentos marcantes em relação ao tema abordado o que evidencia, por sua vez, o proselitismo do programa. Esta característica o afasta dos

programas televisivos em geral e o aproxima dos programas empresariais no sentido de divulgação de uma marca ou instituição.

As categorias utilizadas através dos temas abordados para fazer as frequências às mensagens veiculadas no programa foram: a importância da família, padrões beleza criados pela mídia, justiça e direito no Brasil, corrupção dos valores religiosos, as punições utilizadas pela sociedade ao comportamento desviante, esses temas versam implicitamente sobre doutrinação, fruição, posse e prosperidade dos membros, posse e prosperidade da igreja, cura/libertação/exorcismo - tendo o mesmo significado -, críticas veladas à Igreja Católica por sua pretensa liberalidade, críticas ao Espiritismo, críticas às religiões afro-brasileiras, críticas à Rede Globo por representar aquela que corrompe e alicia os indivíduos através de seus programas e novelas.

Essa frequência das categorias implícitas no programa foi feita excluindo do total os programas assistidos e gravados, aquelas que tinham interesse direto no estudo. Portanto, as análises realizadas se deram a partir do total de programas selecionados e não dos programas gravados.

5.2.1. O proselitismo religioso do programa “Fala que eu te escuto”

A razão de ser da expansão de qualquer religião é o proselitismo, ou seja, a busca diligente por novos adeptos. No cristianismo essa mesma atitude é definida como evangelização, que significa levar as boas novas de Cristo. Nos tempos atuais, toda mídia montada em torno do nome de Deus tem o pressuposto da missão evangelizadora ou a conquista de novos prosélitos. Esse é o objetivo do programa “Fala que eu te escuto” arregimentar a maior quantidade de fiéis ou possíveis fiéis.

Esse programa procura em nome de Deus divulgar a doutrina da IURD. A distinção entre evangelização e proselitismo muitas vezes torna-se difícil quando se trata das igrejas cristãs. Evangelizar significa ‘boas novas’, são as boas novas da ressurreição de Jesus Cristo, é pregar a palavra do Filho de Deus. Proselitismo é buscar novos adeptos para essas boas novas segundo as suas respectivas versões. O primeiro está a serviço de Deus, o segundo está a serviço da religião.

O programa “Fala que eu te escuto” é inegavelmente proselitista. Quando não fala da sua igreja, fala das coisas pertencentes a ela e, quando fala da palavra de Deus, evidentemente fala segundo sua versão. Os depoimentos sobre curas,

libertações e exorcismos, todas elas trazem uma característica comum: o *enaltecimento da Igreja*. No programa sobre os perigos da malhação exagerada (vigorexia), da bulimia e anorexia como problemas ocasionados pela absurda ideia de se atingir um padrão de beleza imposto pela sociedade, em depoimento, um participante relata como ficou curada da anorexia após frequentar a igreja:

Eu só pensava em ficar magra, sempre que me olhava nos espelho me sentia um balão, mas um dia assistindo ao programa e a oração do pastor, percebi que era doidice da minha cabeça, que Deus me fez bonita.

Na mesma edição dos programas, encontramos aquele que fala sobre os males da homossexualidade, onde até mesmo os participantes do nosso grupo concordam com o posicionamento da igreja quanto ao tema retratado como um desvio de conduta e até mesmo uma doença que pode ser curada pela igreja.

No programa que apresentava como eixo diretor a ideia que a mídia através do consumo de músicas como o “proibidão” do *funk* representa uma quebra de valores religiosos e familiares ou ainda a indução a se quebrar regras sociais, os participantes conforme fala abaixo concordam nitidamente com o discurso da igreja,

Ivan – São músicas sem futuro, só falem de sexo. Não tem nada a ensinar de bom. Eu não deixo meus filhos escutar em casa, mais é só sair na rua que elas estão por aí.

Francisco – Acho ridículo, não sei como as mulheres se prestam ao papel de ficar rebolando com uma coisa tão feia. Além disso, não traz nada de bom.

Camila – Acho um absurdo as mulheres que dançam e cantam essas musicas, é como se elas não tivessem respeito próprio. O pastor do programa está coberto de razão que são pessoas fúteis e sem Deus, que não tem um acompanhamento familiar decente.

No discurso propagado pela IURD através do programa é clara a presença dos elementos que são a base doutrinária dessa igreja. Não podemos esquecer que este programa aparentemente não religioso remete os telespectadores a assistirem outros programas oferecidos pela IURD para a libertação de seus problemas, tais como a “Terapia do Amor”, “Corrente dos Empresários”, entre outros. A participante

do grupo fez uma interpretação fiel das intenções do Pastor apresentador, embora ele não tenha utilizadas as palavras descritas por Camila sua intenção ficou clara.

Os critérios utilizados para definição dos temas abordados nos programas levam em conta o poder de dominação que estes podem exercer nos participantes, entendendo dominação, no sentido de persuasão, por isso a competência do dominador (neste caso o pastor apresentador), como sujeito do saber e sujeito do poder exercem uma influencia não só nos participantes do programa como também na participante de nosso grupo, que não é iurdiana nem simpatizante da mesma. Portanto, para a dominação ser bem sucedida, o sistema de valores, crenças, tradições e costumes em que o programa (a IURD implicitamente) está fundamentado devem ser compartilhados pelo dominador (o pastor apresentador) e pelo dominado, já que deve haver certa cumplicidade entre eles. A IURD pretende com o programa determinar os valores que serão visados pelo telespectador e ao mesmo tempo dotá-lo de valores iurdianos necessários à mudança de vida.

Em análise da estrutura do programa e sua intenção maior, podemos observar dois procedimentos básicos: primeiro se atribui ao telespectador a responsabilidade de identificar os problemas diversos de sua realidade. Em seguida ele é levado a aceitar a oportunidade oferecida pela IURD de prosperar, de encontrar a sua cara metade, de ser salvo ou de ser curado. A esse procedimento podemos chamar de dominação, pois esta mostra os valores de querer-fazer, do dever-fazer, do saber-fazer e do poder-fazer, onde o telespectador é convencido a querer fazer cumprir as orientações do pregador.

No programa que versava sobre a questão de justiça e direito uma ouvinte chegou a dizer que *“se não fosse as palavras incentivadoras dos pastores tinha desistido de viver, pois no Brasil, a justiça era só para pobres”*, ela esta se referindo ao atropelamento seguido de morte de seu filho ocasionado por um empresário embriagado que ainda estava livre da justiça porque era de classe alta.

Em quase todos os depoimentos e opiniões veiculados pelo programa a respeito dos temas selecionados é mostrado uma mensagem intrínseca: a solução estava na Igreja Universal. Em todos os depoimentos (dos ouvintes do programa como dos nossos informantes do grupo) sobre cura e libertação de problemas esta chega através da Igreja, para depois ser, em nome de Jesus. A construção de qualquer mensagem percorre o caminho lógico da ideologia que se quer transmitir.

Ao propagar deliberadamente um discurso em que o indivíduo chegou à cura através da Igreja, encontrou Jesus na Igreja Universal, se não fosse a Universal a anunciar um Deus vivo e poderoso, o que seria de nós, etc. O programa prioriza a importância de o acontecimento ter sido na Igreja. Está a dizer: lá é o lugar certo, é lá que está a solução dos problemas, é lá que Deus opera. Estas mensagens não são evangelizadoras. A mensagem principal não é a cura e libertação dos problemas, que é um mero chamariz da atenção, não está em Jesus que fez o milagre, mas na Igreja onde pode ser feito o milagre.

O programa cumpre o seu papel divulgando a mensagem que a Igreja quer passar. Nesse instante ele adquire uma feição de púlpito '*mass media*', uma tribuna de onde a Igreja divulga a sua mensagem religiosa de forma espetacularizada.

Entendemos por religião espetacularizada aquela que aliena o fiel do produto da sua piedade, de sua vida de fé, tornando-o espectador da experiência religiosa, mediante a transferência da responsabilidade real para a sua representação invertida, isto é, o discurso da IURD, através do programa é que o indivíduo é vítima de um mundo cruel e que para se defender deste é preciso se voltar para a igreja.

Essa religião deve, para sobreviver no contexto espetacular, promover uma *abundante indigência* teológica e representar em forma de reportagens e testemunhos, sucessivas necessidades espirituais que serão supridas, ou que pelo menos parecerão ser supridas, pela mediação das imagens, encenações, representações e testemunhos veiculados nos programas. Afinal, a ilusão, a fantasia faz parte da essência da mídia religiosa. Esse fenómeno se faz notar a partir do grande número de bens simbólicos e “novidades espirituais” que surgem e desaparecem com a mesma rapidez, oferecendo sempre alguma novidade “espiritualmente imprescindível” nas paradas de sucesso da fé. Tais novidades se sucedem vertiginosamente e, por maior que seja o impacto que causem, logo são substituídas por outras novidades igualmente impactantes. Tudo isso levando em conta o proselitismo e o IBOPE que conseguiram alcançar.

Na esfera religiosa, toda transformação e novidade apresentam-se como expressão do mercado. A multiplicidade, a concorrência, a disputa, inclusive do mercado religioso, são apenas aparentemente expressões de discordâncias, porque essencialmente curvam-se diante do mesmo deus-mercado. De fato, as oposições espetaculares escondem a unidade da miséria. Isto é, o entusiasmo espetacular é a efusão religiosa diante da soberana mercadoria.

As conclusões que podemos retirar da utilização dessa técnica estão relacionadas aos *insights* promovidos pela dinâmica e pela sinergia das falas durante o seu processo, que possibilitaram uma reflexão dos participantes sobre suas vidas, suas crenças e preconceitos. Embora o objetivo do grupo seja o da pesquisa, nosso grupo proporcionou a estas pessoas um espaço para discussão sobre temas que os levaram a se defrontar consigo mesmos e seus valores, como se estivessem frente a um espelho e encarece sua imagem, mas ao mesmo tempo fosse encarado de volta.

Este repensar foi abordado na avaliação ocorrida no final da reunião, realizada espontaneamente pelos participantes durante as discussões. Além disso, as avaliações serviram como subsídio para aperfeiçoar a aplicação da técnica e, principalmente, aliviar a ansiedade de todos os envolvidos. Como exemplifica estas falas ocorridas no início da reunião por alguns participantes (isto porque houve atraso para começar o grupo, pois um dos participantes ficou preso no trânsito):

Camila – Estou bastante insegura em participar desse estudo, quando você me convidou não sabia o que esperar. Estou com medo das pessoas não aceitarem minha opinião sobre as coisas. Eu tenho opiniões que as pessoas julgam ser atrasada, eu sei disso, mas o que fazer? Não vou agradar ninguém se isso me fizer mal.

Maria – Minha filha estou nervosa, como você sabe sou dona-de-casa, não tenho muito estudo. Será que essas pessoas vão aceitar minha opinião? Se elas não gostarem? Devo falar a verdade? O que sinto e penso?

Podemos observar através de depoimentos em particular que estas pessoas ao mesmo tempo em que se sentiam valorizadas por participarem de uma pesquisa, se sentiam intimidadas por suas crenças e valores. Percebemos a partir desse fato à riqueza de dados que emergiram do grupo e que serviram para a análise dos dados e que servem para realizar outros estudos e reflexões, além dos planejados inicialmente. Proporcionou, ainda, um princípio de amizade entre alguns membros, pois quando lhes foi mostrado as análises eles puderam perceber que os seus medos iniciais eram compartilhados pelos outros e que apesar de serem de religiões diferentes seus posicionamentos em relação aos temas abordados no programa “Fala que eu te escuto” eram praticamente iguais. O que nos faz concluir que esse programa consegue atingir seus objetivos, quais sejam, atrair a atenção de um

variado publico e com isso conseguir prosélitos, mostrar que a IURD não é ultrapassada, pois ela discute temas que são considerados tabus para outras igrejas e com isso o mais importante reforçar as bases do discurso da igreja centrado na cura, salvação e prosperidade.

Muito poderia ainda ser dito sobre o programa “Fala que eu te escuto”, entretanto, os principais pontos que o caracterizam foram explicitados nesta pesquisa. Resta acrescentar o que define um programa que tem o seu papel muito bem definido pela instituição que o patrocina. Um programa que funciona como peça de ligação entre todos os templos, noticiando os fatos e ideias mais importantes. Para a IURD, portanto, é uma peça funcional e pragmática. Para o público, o programa pode ser considerado como meio de terapia de onde saem as mensagens que regem suas vidas. Um programa de grande alcance, onde vários pastores e bispos fazem seus sermões (em muitos casos de forma implícita) e os membros dão os seus testemunhos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho partiu do pressuposto grupos religiosos têm se apropriado do que se convencionou chamar “a mídia de Deus”, na disputa por prosélitos via “mass media”. As diferentes denominações religiosas e a IURD em especial ocupam espaço nas mídias, empenhadas em conquistar fiéis para a palavra de Deus, segundo os dogmas e preceitos teológicos. O programa “Fala que eu te escuto” pode ser considerado uma atualização desta proposta, que além de conquistar prosélitos também informa o público em geral mostrando reportagens sobre diversos temas da sociedade contemporânea.

Este programa é uma mescla de discurso religioso, entretenimento e terapia, pois combina as técnicas do jornalismo clássico, do *marketing* e da propaganda, além de produzir o efeito auto-ajuda, hoje em moda, tudo isso agregado às técnicas de pregação religiosa, com o intuito de formar uma concepção ideológica de que a Igreja Universal é a igreja da comunhão com Deus.

O programa se configura em um mecanismo para arregimentar fiéis, pois busca convencer os telespectadores que através da fé e da Igreja é possível a resolução de todos os problemas. Desta forma o programa cumpre seu papel, quando utiliza as entrevistas e reportagens para prender a atenção dos telespectadores segue o que Clóvis Rossi (1980, p. 07) define como função do jornalismo:

Jornalismo independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens.

Acrescente-se a esta definição de jornalismo de Rossi, a definição da notícia de Adelmo Genro Filho que afirma ser “o singular a matéria prima do jornalismo” e a de Ciro Marcondes Filho que diz que “torna-se notícia aquilo que é anormal, mas cuja anormalidade interesse aos jornais como porta-vozes de correntes políticas”. Utilizando essas ideias como pressuposto teórico como base para definir o jornalismo religioso praticado pelo programa “Fala que eu te escuto”, podemos considerar que o “singular” e o “anormal” seriam usados na “guerra santa” travada

para a conquista de mentes e corações dos membros e de novos adeptos que é o objetivo de qualquer religião.

O programa tem como objetivo geral provocar um debate sobre temas polêmicos para assim deixar claro aos membros da IURD e ao público em geral o posicionamento da Igreja em relação ao que foi abordado. No programa se prega as doutrinas da IURD, se divulga testemunhos de fé, se dá o direcionamento para toda a Igreja. Portanto, ele constitui-se, dentro da efervescência dos teleevangelistas um púlpito da IURD, de onde se unifica o discurso e se aglutina os membros nos propósitos da Igreja.

Para fins ideológicos, o programa é uma arma eficaz na defesa dos interesses da Igreja, visto que, tanto a defende, isto é, todas as ações da IURD são justificáveis e infalíveis, como também ataca seus opositores através de um discurso ativo o programa consolida as críticas à Igreja Católica, às religiões afro-brasileiras, ao Espiritismo, e à Rede Globo entre outros.

Concluimos que o programa oferece uma vitrine para aqueles que não conhecem a Igreja, por isso em várias partes se afirma que a Igreja superlota, que é a maior, a que não para de crescer, a de maior prestígio, a que arrasta multidões, a que cura, a que liberta, a que expulsa demônios e acima de tudo, a que tem a comunhão com Deus.

Por fim é preciso esclarecer que não houve qualquer pretensão em discutir genericamente a profunda relação entre religião e espetáculo, as análises deram-se no âmbito de uma igreja específica – a IURD – e mais especificamente o programa “Fala que eu te escuto” com o objetivo de destacar a importância que este programa tem no processo de arregimentar fiéis através do conteúdo espetacularizado das reportagens e testemunhos ofertados no programa. Desta forma o termo espetáculo foi utilizado em dois sentidos como representação e como exibição.

A dimensão espetacular do programa como forma de exibição pode ser associada ao tema do olhar, prevalecendo no conjunto das análises a ideia de exibição, já que, nesse sentido o espetáculo religioso é a condição de uma conversão do olhar que descobre o outro enquanto tal, a própria experiência de ver, opondo-se ator e expectador, supõe intrinsecamente a alteridade. O espetáculo implica a ideia de exibição, ou seja, ele fornece a ocasião para que o “outro” (coisas, pessoas, cenas etc) ou “eu mesmo” exibamos-nos como objeto de contemplação e

de sedução.

Como representação, o espetáculo religioso foi concebido como uma representação sensível do sagrado. As reportagens que integram as partes nas quais o programa é dividido podem ser consideradas dramas plásticos, nessas reportagens violência, sexo, drogas, justiça entre outros temas fundem-se sob a mediação de um conjunto de símbolos midiáticos que torna o programa único no gênero.

Portanto, a dimensão espetacular do programa pode ser analisado tanto a partir de um olhar interno quanto de um olhar externo, ou, até mesmo, a partir de vários olhares cruzados. Em tese, qualquer aspecto do programa é passível de ser espetacularizado, desde que um desses olhares defina o que está sendo visto como espetacular ou reconheça-o como tal, pode ser as reportagens, as enquetes, os testemunhos, a exibição de hinos de clubes de futebol, o momento de oração entre outros.

De acordo com Pavis (1999, p. 141) a categoria espetacular não pode ser abordada em termos absolutos, pois ela é “função tanto do sujeito que vê quanto do objeto visto”, sendo preciso considerar igualmente seu caráter histórico já que ela “depende da ideologia e da estética do momento as quais decidem o que pode ser mostrado e sob que forma” (PAVIS, 1999, p.141).

É imprescindível enfatizar que procurei destacar a importância do espetáculo religioso como meio de comunicação. Esse processo de comunicação social é gerado a partir de motivações e interesses dos atores sociais responsáveis pela sua produção, e pelos interesses do Estado e da indústria do entretenimento que têm sabido explorar as diferentes religiões e religiosidades criadas no Brasil, a partir da oferta de programas “religiosos” na televisão. De um modo geral, o processo de espetacularização, ou seja, de comercialização e reificação das manifestações religiosas foi muito bem aproveitada pela IURD que soube explorar com sucesso a relação entre religião e mídia intermediada por uma sociedade em que os indivíduos sentem-se cada vez mais isolados, solitários e vazios.

Por isso o programa “Fala que eu te escuto” consegue se encaixar na realidade dos telespectadores, pois exerce sobre eles um trabalho de reconstrução, através de diversos gêneros e tramas, isto é, a realidade apresentada é retrabalhada pela mídia, tanto pelos seus produtores religiosos quanto pelos enquadramentos dos seus dispositivos tecnológicos. Trata-se de uma dimensão constitutiva de nossa

cultura e de nossa sociedade espetacular.

Nesse contexto, a diversão deixou de ser dicotomicamente separada do mundo religioso para tornar-se uma parte significativa dele. Na verdade, o entretenimento passou a ser um componente importante para atrair o consumo e a oportunidades de negócios. Não basta oferecer produtos ou serviços religiosos. É preciso informar e divertir, criar estilos de vida, gerar “experiência” para as pessoas. Por isso, o programa se propõe a produzir experiências fantásticas e catárticas, conseqüentemente, espetaculares e também divertidas (basta lembrar que os telespectadores pedem ao pastor para tocar o hino do seu clube do coração). Referindo-se a ideia de diversão Trigo (2003, p. 149) argumenta que:

A diversão é uma espécie de subterfúgio criado para que se possa esquecer o peso da existência humana ou a maciça pressão que as pessoas sofrem no seu cotidiano, desde as esferas privadas e emocionais até as instâncias da vida profissional ou pública.

Desta forma, o programa “Fala que eu te escuto” passou a existir também como forma de entretenimento, já que da maneira como está organizado, gera experiências em meio ao espetáculo. Os telespectadores, por sua vez, recebem passivamente essa realidade retrabalhada pela religião midiática, mas a reconfiguram e interpretam segundo seus próprios padrões de experiência cotidiana. Aqueles problemas podem ser o de qualquer pessoa, inclusive dos que estão assistindo a tudo. Na realidade fica mais fácil entender o cotidiano de sofrimento considerando os espaços e as forças articuladoras propostas por essa religiosidade de essência tão pragmática quanto espetacular.

Possivelmente estamos diante de um dos grandes paradigmas da atualidade. A nosso ver, um dos mecanismos sociais mais intrigantes das últimas décadas: a avassaladora influência da religiosidade espetacular no modo como as pessoas vêem o mundo e suas vidas, em meio à proliferação desenfreada de imagens midiáticas. As mediações por si mesmas são múltiplas e conformam um campo constituído pelos mais variados recursos do entretenimento.

De acordo com Sathler (2007, p. 85),

Para manter a máquina girando, alguns se rendem a lógica do entretenimento, com aberrações em destaque, predominância de músicas e efeitos visuais cada vez mais inebriantes ao longo do culto

[...]. Funciona como um show ou apresentação midiática. Ao final, a sensação de bem estar vale o esforço e os custos envolvidos.

Portanto, o desenvolvimento e a aceitação da religiosidade-entretenimento que acontece na sociedade midiática moderna, somados à relação cada vez mais mediada a que se sujeitam as pessoas, conferem à sociedade uma essência religiosa verdadeiramente espetacular, que torna cada vez mais característicos a produção dos fenômenos midiáticos com vistas ao entretenimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Rubem Azevedo. **Protestantismo e repressão**. São Paulo. Ática. 1982.

ASSMAN, Hugo. **A Igreja Eletrônica e seu Impacto na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1986

AUBREE, Marion. A Igreja Universal na França. In: ORO, Ari Pedro; CORTEN, André e DOZON, Jean-Pierre (orgs.). **Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da Fé**. São Paulo, Paulinas, 2003, p. 189-198.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERGER, Peter Ludwig. **O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião**. São Paulo. Paulus. 1985.

BEYLOT, Pierre. "O pseudo ao vivo no reality show". *Cadernos de Antropologia e Imagem* 5(2). 1997.

BIRMAN, Patrícia. Conexões políticas e bricolagens religiosas: questões sobre o pentecostalismo a partir de alguns contrapontos. In: SANCHIS, Pierre. **Fiéis & Cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001. p. 59-86.

_____. (org) **Religião e espaço público**. São Paulo: Attar Editorial, 2003.

BERMA, George. **O marketing na igreja**. Rio de Janeiro: VUPERP, 1991.

BORDIEU, Pierre. **O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais**. São Paulo: Perspectiva, 1996.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

CAMPOS, Lenildo Silveira. **Teatro, templo e mercado**. Petrópolis: Vozes, 1997.

CAMPOS, L. S. Protestantismo brasileiro e mudança social. In: SOUZA, B. M. *et al.* (org.) **Sociologia da religião e mudança social**. São Paulo: Paulus, 2004. p. 106-136.

CUNHA, M. **A explosão gospel: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico brasileiro**. Rio de Janeiro, Mystérium e Mauad, 2007.

CORTEN, André. **Os pobres e o Espírito Santo: o pentecostalismo no Brasil**. Petrópolis. Vozes. 1996

_____. A Igreja Universal: uma máquina multinacional que responde às novas necessidades religiosas. **Revista de Cultura**, Petrópolis, Vozes, 2002, p. 38-47. IFCS/UFRJ. Rio de Janeiro. 1997.

DEBORD, G. **A Sociedade do espetáculo** (seguido do prefácio à 4ª edição italiana) e comentários sobre a sociedade do espetáculo, Rio de Janeiro, 1997.

FERNANDES, Rubem César. Igreja Universal: um império midiático. In: ORO, Ari Pedro; CORTEN, André e DOZON, Jean-Pierre (org.). **Igreja Universal do Reino de**

Deus: os novos conquistadores da fé. São Paulo, Paulinas, 2003.

FONSECA, Alexandre Brasil. **Evangélicos e mídia no Brasil**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia-PPGSA.

FORTES, Luiz R. Salinas. **Paradoxo do Espetáculo**. São Paulo: Discurso Editorial, 1997.

FRESTON, Paul. *Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment*. Tese de Doutorado, Campinas, IFCH-Unicamp, 1993.

FRESTON, Paul. Breve História do Pentecostalismo Brasileiro. In: ANTONIAZZI, Alberto [et al.]. **Nem Anjos Nem Demônios: Interpretações Sociológicas do Pentecostalismo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1999.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GIUMBELLI, Emerson. *O fim da religião*. São Paulo, Attar Editorial, 2003.

_____. A vontade de saber: terminologias e classificações sobre o protestantismo brasileiro. **Religião e Sociedade**. Vol. 21, número 1, 2001: 87-119.

LANGER, Susane K. **Sentimento e Forma**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

LOBATO, Elvira. Universal Dobra Posse de Tvs e Vira a 3ª Rede. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 26 nov. 1995. Cad. 1, p. 18.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo, Loyola, 1999.

_____. **Análise sociológica do crescimento pentecostal no Brasil**. Tese de Doutorado, São Paulo, FFLCH-USP, 2001.

_____. **NeoPentecostalismo**: os pentecostais estão mudando. Metrado em Sociologia/USP. 1994.

———. Os Neopentecostais e a teologia da prosperidade. **Novos Estudos Cebrap** 44:24-46. 1996.

MARIZ, Cecília. Libertação e ética. Uma análise de discurso de pentecostais que se recuperam do alcoolismo. In: ANTONIAZZI, Alberto (Org). **Nem Anjos nem**

Demônios: Interpretações Sociológicas do Pentecostalismo. Petrópolis: Vozes, 1994.

MARTINO, L. M. S. **Mídia e poder simbólico**. São Paulo: Paulus, 2003.

MENDONÇA, A. G. Um panorama do protestantismo brasileiro atual. In: Leilah Landim (org.) **Sinais dos tempos:** tradições religiosas no Brasil. Rio de Janeiro: ISER, 1989. p. 37-86.

MONTES, Maria Lúcia. "O erudito e o que é popular". In: **Revista USP**. São Paulo, vol. 32, dez/fev 1996-97, p. 6-25.

MORGAN, D. **Focus groups as qualitative research**. Newbury Park, CA: Sage, 1997.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX:** o espírito do tempo, *1 Neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

NOVAES, Regina. Crenças religiosas e convicções políticas: fronteiras e passagem. In: FRIDMAN, Luis Carlos (org.). **Política e Cultura. Século XXI**. Rio de Janeiro, Alerj/ Relume Dumará, 2002, p. 63-98.

ORLANDI, Eni. 1997. **Linguagem e seu funcionamento:** as formas do discurso. Campinas: Pontes

ORO, Ari Pedro; CORTEN, André e DOZON, Jean-Pierre (orgs.). **Igreja Universal do Reino de Deus:** os novos conquistadores da fé. São Paulo, Paulinas, 2003.

_____. **Avanço pentecostal e reação católica**. Petrópolis, Vozes, 1996.

_____. Religiões Pentecostais e meios de comunicação de massa no Sul do Brasil. **Revista Eclesiástica Brasileira**, 50, 198, junho, 2009. p. 304-334.

PEREIRA, J.C.R. **Análise de dados qualitativos:** estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais. São Paulo: EDUSP, 1999.

PIERUCCI, Antonio Flavio e PRANDI, Reginaldo. **A realidade social das religiões no Brasil**. São Paulo, Hucitec, 1996.

PRANDI, Reginaldo. Religião paga, conversão e serviço. **Novos Estudos Cebrap** 45:65-77. 1996.

REGA, L. S. Fast Food Gospel. **Revista Eclésia**, ed. 95 nov. de 2003.

RIPARDO, Sandra. "Fala que eu te escuto" anima "corujão da TV". **Folha ilustrada** (online). <http://www.1.folha.com.br/folha/ilustrada/ult90u60166.shhtml>. Acesso em: 17 de jul. de 2010.

ROLIM, Francisco Cartaxo. O Que é Pentecostalismo. São Paulo: Brasiliense, 1987.

ROMERO, S. A utilização da metodologia dos grupos focais na pesquisa em psicologia. In: H. Scarparo (org.). **Psicologia e pesquisa: perspectivas metodológicas**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2000. p. 55-78.

SANCHIS, Pierre. Pentecostalismo e cultura brasileira. **Religião e Sociedade**. vol. 18, n. 2, 1997, p. 123-126.

SATHLER, L. Religião e entretenimento, aproximações contemporâneas. In: MELO, J. M. de; GOBBI, M. C.; EDO, A. C. B. (org.) **Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo**. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 2007. pp. 79-86.

SIEPIERSKI, C. T. **De bem com a vida: O sagrado num mundo em transformação**. Um estudo sobre a Igreja Renascer em Cristo e a presença evangélica na sociedade brasileira contemporânea. Tese (doutorado em Antropologia Social) São Paulo, USP, 2009.

_____. O campo religioso será ainda hoje o campo das religiões? In: Hoornaert, Eduardo (org.) **História da Igreja na América Latina e no Caribe**. 1945-1995. O debate metodológico. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 90.

SPAGNOLO, Fernando. O Sucesso da Universal. **Época**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 7-34, 2002.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 1995.

TODOROV, Tezevetan. **Estruturas narrativas**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

TREVISAN, Cláudia. Igreja Universal Expande Negócios e Conquista Adeptos em 39 Países. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 17 set. 1995, Caderno 1, p. 10.

VALLE, Rogério e SARTI, Ingrid (org.). **Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo**. Petrópolis. Vozes. 1994.

VIEIRA, Marceu. A Fé Que Move Montanhas de Dinheiro. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 22 out. 1995. Caderno 2. p. 16.

WEBER, Max. Sociologia da Religião. In: *Economia e sociedade*. Brasília: Editora UNB, 1991.

ZORZAN, Patrícia. Pastores da Igreja Universal em São Paulo Pedem Voto Para Serra em Culto. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 10 set. 1996. Caderno 1, p. 8.

ANEXO 01 - QUEM FAZ O PROGRAMA “FALA QUE EU TE ESCUTO”

Chefe de reportagem – SORAYA CAMPOS

Foi repórter e redatora da Rádio Record por nove anos. Desempenhou, também, a função de redatora e produtora em programas de TV como "Note e Anote" e "Domingo da Gente", ambos da TV Record. A perspicácia adquirida ao longo da carreira é reflexo dos quase 20 anos de experiência na área jornalística e de entretenimento.

Repórter – MARIA CLARA LEITE

Formada em jornalismo pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Maria Clara Leite iniciou a carreira como jornalista corporativa na Companhia Paulista de Obras e Serviço (CPOS). Em 2006 assume a função de repórter do programa "Sindicalismo e Cidadania", veiculado na Rede Brasil. Um ano depois, Maria Clara vem preencher o quadro de repórteres do Fala Que Eu Te Escuto.

Repórter – TATIANE TEMPORIM

Recém-graduada pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, acaba de chegar à equipe do Fala Que Eu Te Escuto. Começou a carreira em uma assessoria de imprensa, mas logo migrou para a TV.

Repórter – RENATA GOLLO

Depois de se formar atriz e jornalista, aos 25 anos Renata Gollo escolheu a carreira de repórter.

Coordenação de Produção – JANAINA TADEU

Formada em Rádio e TV pela UNESP e em Jornalismo pela USCS, Janaína iniciou sua carreira, em 2002, como estagiária na TV TEM (Afiliada da Rede Globo) em Bauru / SP, onde permaneceu por dois anos desempenhando funções como Arquivista e Assistente de Produção. Também estagiou na Rádio UNESP, quando atuou como programadora musical e redatora dos programas "Esse Tal de Rock n' Roll" e "Estação Blues". Passou a integrar a equipe do Fala Que Eu Te Escuto no início de 2009 e, atualmente, é responsável pela coordenação da produção, fechamento e exibição do programa.

Produção de pauta – MILA GODOY

Mila é formada em Rádio e TV. Já na TV, trabalhou no programa Vip Show Estilo Ramy, exibido pela TV Gazeta, onde desempenhou, durante três anos, a função de produtora, repórter, pauteira, etc. Trabalhou também na TV Bandeirantes como Assistente de Coordenação do Departamento de Figurino dos programas de entretenimento, esporte e jornalismo. Há um ano faz parte desta equipe e, atualmente, desempenha com dedicação o papel de produtora de pautas.

APRESENTADORES

BISPO CLODOMIR SANTOS

Nascido no final da década de 60, em Madureira, no subúrbio do Rio, Clodomir Santos teve vida simples e difícil. Aos 19 anos descobriu sua vocação para o pastorado e ingressou voluntariamente no trabalho da IURD para servir e ajudar o maior número possível de pessoas, função esta que vem desempenhando até hoje. No decorrer destes 25 anos, ajudou no desenvolvimento espiritual em vários Estados, dentro e fora do Brasil. Hoje apresenta o programa Fala Que Eu Te Escuto para Minas Gerais além de ser responsável pelo trabalho evangelístico no Estado

BISPO DARLAN

Darlan Ávila, 39 anos, morou em diversos bairros do subúrbio carioca. Filho único, se revoltou por ter perdido o pai e se envolveu com a marginalidade, até que foi jurado de morte. Depois de tanto sofrimento e sem acreditar que havia uma saída, foi convidado para um evento da IURD, ministrado pelo Bispo Edir Macedo, no Maracanã. Ele não sabia que, a partir daquele momento, sua vida teria um novo rumo: se tornaria o bispo da Igreja Universal do Reino de Deus responsável pelo trabalho no estado Rio de Janeiro, onde tudo começou, e constituiria uma família feliz. Hoje, Darlan Ávila é casado com Sandra (35) há 16 anos, e ambos ajudam a recuperar lares destruídos, como o próprio bispo Darlan teve no passado. Ele apresenta o programa Fala Que Eu Te Escuto para o Estado do Rio de Janeiro.

PASTOR ANDRÉ CAJEU

Nascido em Curitiba, no dia 18 de maio, este paranaense começou sua trajetória como voluntário na IURD ainda na adolescência. Durante a jornada destes 15 anos, se manteve firme no evangelho e ativo no trabalho realizado em várias regiões do Brasil. Hoje em São Paulo, realiza o Congresso Financeiro, reunião voltada para a solução dos problemas e conquista na vida econômica, todas as segundas-feiras, às 8h da noite, na Av. João Dias, 1.800, em Santo Amaro, Zona Sul de São Paulo. Pastor André Cajeu é também apresentador do Fala Que Eu Te Escuto, em São Paulo e mais 22 Estados brasileiros.

PASTOR ANTONIO MORAIS

Nascido em Fortaleza-CE, Antônio Moraes está há 16 anos como voluntário na IURD. Durante esse tempo, trabalhou em vários Estados e em diversos projetos, dentre os quais obteve êxito especial com o Congresso Financeiro, trabalho voltado para a reestruturação financeira, que é realizado em todo Brasil, com reuniões especiais em Santo Amaro, todas as segundas feiras, às 22 horas. Pastor Antônio Moraes apresenta, ainda, o programa Fala Que Eu Te Escuto nas madrugadas de domingo para segunda-feira

ANEXO II

Frequência e temas abordados no programa “Fala que eu Te escuto” entre os meses de maio a julho 2010

Os temas abordados nos meses de maio, junho e julho de 2010 foram os seguintes:

- Ratos de academia: eles querem uma saúde perfeita, um corpo perfeito ou descarregar as frustrações por meio da malhação?
- A justiça brasileira: as condenações dependem da pressão da mídia, da gravidade do caso ou de quem morre e de quem mata?
- Fenômenos jovens: eles arrasam com o talento que têm, ainda é cedo para dizer ou a mídia transforma até um rei da timidez num rei do pop?
- Dizem que sempre faz sol na vida dos ricos? O mundo é só de quem tem dinheiro ou quem não tem também pode conquistá-lo?
- Largar tudo por amor: vale a pena, o risco de decepção é muito grande ou é preciso arriscar para saber se valeu?
- Internet, um mundo de ilusões: quem difama e engana na web quer fama, quer causar polêmica ou a intenção é prejudicar?
- Você diz: minha vida amorosa está destruída.
- Separados pelo sono: quando dormir vira um desafio, o que mais é afetado é a vida sexual, profissional ou familiar do casal?
- Família no tribunal: diante de brigas pela guarda do filho, homens e mulheres deixam prevalecer o desejo de vingança ou o amor pela criança?
- Da ficção para a vida real: a inspiração dos bandidos nasce dos filmes de ação, da ineficiência da polícia ou da ousadia sem limites?
- Machismo x feminismo: o homem ainda impõe limites à esposa, elas fazem o que bem entendem ou atualmente os direitos são iguais?
- Top hits: o que mais fascina na música é a mensagem transmitida, o poder de despertar ou o fato de ser acessível a todos?
- Existe vida após a separação? Para a maioria, fica o trauma, o aprendizado ou o que passou, passou?

- Amor incondicional: defender com unhas e dentes o filho problemático é natural de mãe, um erro ou todos merecem ser amados?
- Músicas românticas: unem e evitam separações ou são apenas panos de fundo durante esses acontecimentos?
- Luxo no crime: o que mais contribui para que eles sigam o caminho do crime é a ambição, a impunidade ou a índole?
- Paparazzi: qual a melhor forma de se livrar deles? Ignorá-los, processá-los ou usar da “política de boa vizinhança”?
- Limite: para alguns jovens e adolescentes, essa palavra perdeu o valor, não foi ensinada ou não é respeitada só para mostrar rebeldia?
- Só se fala disso: há tanta polêmica no meio artístico que ela já está banalizada é só especulação ou cada um tem o que merece?
- Amor de fã: o que eles sentem pelos seus ídolos é realmente amor, uma obsessão passageira ou interesse?
- Reis da bola e da confusão: jogadores se metem em encrencas por imaturidade, pressão ou não sabem lidar com a fama?
- Vídeos da internet: a falta de censura nesse meio favorece o entretenimento ou fere o direito de imagem?
- Amores nada convencionais: o maior desafio é vencer o preconceito, as próprias diferenças ou crer no sentimento.
- Abrir mão da família em nome do sucesso profissional: é uma opção ou uma exigência do mercado?
- Maus tratos contra crianças: essa atitude reflete a índole do agressor, o caos social ou os traumas vividos no passado?
- Profissão dos sonhos: é aquela que proporciona prazer, reconhecimento ou boa remuneração?
- Qual afirmação condiz mais com a realidade: a beleza traz dinheiro ou dinheiro traz beleza?
- Amor proibido: ele realmente fascina mais ou ninguém escolhe quem amar?
- Paquera: o que vale mais é a cantada, a aparência ou a conta bancária?
- Rachas e pegas: o que move a paixão pelo perigo é a ilegalidade, a imaturidade ou o desejo de se exibir?

- Ascensão e decadência no futebol: falta estrutura emocional, profissional ou se deve ao excesso de exigência dos clubes?
- Piriquetes: são o resultado da desvalorização feminina, dos anseios do homem ou de uma fase passageira?
- Reality 'a fazenda': os conflitos entre os artistas ocorrem pelo dinheiro, se devem ao ego ou ao confinamento?
- Divórcios: o que mais contribui com eles é a falta de dinheiro, de amor ou de sexo?
- Por que os famosos se expõem a escândalos sexuais? Por influência do meio, por diversão ou os apelos do corpo falam mais alto?
- Golpes: a maioria dos que caem é vítima da ambição, da ingenuidade ou da 'esperteza' dos golpistas?
- 'As feias que me perdoem, mas beleza é fundamental': quem pensa assim é preconceituoso, realista ou iludido?
- Família x profissional abrir mão da família em nome do sucesso profissional é uma opção ou uma exigência do mercado?
- Pedófilos: vítimas de doenças psicológicas, de traumas do passado ou criminosos por opção?
- Violência, drogas e sexualidade: a música desperta esse caráter nos jovens ou apenas retrata essas atitudes deles?
- As mulheres se mostram muito infelizes quando estão gordinhas, mas ficam plenamente satisfeitas quando o ponteiro da balança cai.
- Mulheres: querem um namorado ou marido para resolver os problemas dela ou apenas querem um namorado para ouvir os problemas dela?
- Modernidade x virgindade: brasileiro é o segundo do mundo a perder a virgindade mais cedo, este fato decorre da desestruturação familiar, das influências de amigos ou é sem-vergonhice mesmo?
- Cirurgias plásticas malsucedidas: com cerca de 1 milhão de procedimentos ao ano, Brasil é o país que mais realiza cirurgias plásticas em todo o mundo.
- Por que é tão difícil para o jovem dizer não às drogas?