



Horas “abençoadas”: o processo de midiaticização e espetacularização religiosa na TV Record¹

Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO²
Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

RESUMO

Este artigo apresenta as impressões e os resultados preliminares de uma pesquisa desenvolvida sob nossa orientação (PIBIC/UEPB)³, que analisa o discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus, difundido pela TV Record, e os possíveis sentidos derivados de sua intervenção no cotidiano social. A programação religiosa, a partir de mecanismos de espetacularização, inspira identificação com as expectativas e sentimentos do público receptor, podendo ser assimilada como espaço sagrado de resolução de conflitos. Tal premissa suscitou os questionamentos que nortearam o estudo: os cultos assistidos no espaço doméstico podem substituir a presença aos templos? O templo televisivo pode se converter em *locus* de bênçãos e altar de orações? Que estratégias de midiaticização são visualizadas nas horas de programação religiosa?

PALAVRAS-CHAVE: mídia; midiaticização religiosa; espetacularização; TV Record; IURD.

Introdução: o ponto de partida

Hoje, é inquestionável o entrelaçamento entre os campos da mídia televisiva e da religião, em razão da visibilidade concedida às mensagens temáticas dessa natureza. Considerando essa evidência, passamos a observar com maior interesse a relação entre comunicação e religiosidade, percebendo que na televisão as regras da propagação objetividade jornalística são permeadas com narrativas de caráter subjetivo, o que revela estratégias enunciativas sutis de convencimento dos telespectadores. Tal perspectiva

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação do XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Curso de Comunicação Social da UEPB; Doutora em Educação pela UFPB; Email: rnadia@terra.com.br

³ A gravação e a transcrição da programação religiosa da TV Record para a pesquisa foram realizadas pela bolsista Arlebiana Paula Alencar Pereira, aluna do 3º ano do Curso de Comunicação Social da UEPB.



pode ser percebida através dos programas de cunho religioso, sobretudo os veiculados pela Rede Record de Televisão, que parecem forjar narrativas espetaculares para além da subjetividade a fim de alcançar na esfera pública um valor simbólico de persuasão. Alia-se a isso o fato de a emissora ser propriedade do Bispo Edir Macedo filiado à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), configurando-se, por isso, num espaço privilegiado para as estratégias de midiaticização religiosa.

De acordo com Martino (2003), a sociedade contemporânea está permeada de matrizes religiosas que utilizam em larga escala os meios de comunicação para a difusão de seus pensamentos. Tal circunstância apresenta características nítidas de ritualização da fé, conduzindo a compreensão de que a mídia assume papel preponderante na propagação religiosa no Brasil, para além de uma ação meramente coadjuvante nesse processo. Jornais, revistas, programas de rádio constituem poderosos veículos de propagação doutrinária. Igrejas investem a cada dia somas consideráveis na compra de espaços nos canais de TV. A Igreja Católica criou a Rede Vida, a TV Aparecida ancora sua programação na apresentação de celebrações ao vivo. A Rede Globo lançou o “*Sagrado*”, exibido aos domingos, com a proposta de reunir diversas vertentes religiosas, embora não omita do público sua predileção pela temática espírita. A Rede TV apresenta aos domingos, no horário da tarde, o programa “*Transição*” de conteúdo Kardecista.

Assim, dezenas de opções do gênero referido são conduzidas por sacerdotes, pastores, missionários, padres-cantores que celebram *showmissas*: o carisma do Padre Marcelo Rossi, por exemplo, foi multiplicado devido a sua presença constante nos programas de auditório da TV brasileira. O mesmo ocorre com o Padre Fábio de Melo, que alavancou sua carreira de escritor e potencializou sua repercussão social através da visibilidade midiática. Tais processos de personalização carismática merecem análises, sobretudo, numa época em que o ecumenismo religioso é um discurso incentivado como possível fator de agregação e alento para a superação das intolerâncias sociais. Desse modo, a mídia televisiva torna-se um ambiente privilegiado nesse novo cenário, facultando apenas aos receptores a tarefa de selecionar o canal de sua preferência. Configura-se, desse modo, a transposição do conceito de “sagrado”, que anteriormente circulava entre os templos, e hoje se assiste a sua migração (*conversão?*) para as telas.



Nesse sentido, as relações entre midiatização religiosa e realidade social, quando ancoradas no dispositivo televisivo, mostram-se cada vez mais próximas e suscitam mecanismos linguísticos tênues no nível pragmático como também apontam para um pacto discursivo estabelecido entre o enunciador (a emissora) e o receptor (a audiência). Tal pacto, consentido ou involuntário, pode induzir a criação de uma determinada anuência aos rituais, a partir da apropriação e mobilização dos elementos discursivos necessários para promover a aceitação e a identificação do público com as ações pertinentes a esse tipo de espetacularização. Incluem-se nessa categoria os testemunhos e dramatizações que fazem apologias da fé, da cura de enfermidades, mediante orações fortes, rituais de descarrego ou exorcismo. “Práticas transpostas dos folhetins e sua literatura sentimental, nas quais presenciamos pessoas de muletas, idosos, crianças doentes” (MARTINO, 2003, p. 133).

Sob o fio desse raciocínio, o espaço temporal concedido pela emissora Record à religião suscita, sobretudo, o reflexo de uma intencionalidade comunicativa que pode conduzir a diversas implicações para além daquelas que imaginamos. Além disso, os mecanismos de argumentação para o convencimento da audiência nem sempre são explícitos e evidentes, ainda que intencionais. A escolha dos personagens que apresentam os rituais eletrônicos (pastores-apresentadores empáticos e carismáticos, no caso da Igreja Universal) atesta essa necessidade apelativa de conquistar a fé. Desse modo, nos interessa compreender, através da pesquisa em desenvolvimento, em que medida tal processo ocorre junto aos receptores, e quais estratégias espetaculares são mobilizadas durante os programas.

Nossa intenção é verificar a dimensão dessa problemática para conhecer a visão das mensagens religiosas transmitidas, partindo do pressuposto de que tal visão é (in)formadora da opinião pública, e esta, por sua vez, interfere na elaboração da cena midiática apresentada pela Rede Record, enquadrando-a ou realimentando-a, em razão da elevada audiência que a programação religiosa possui. Nas palavras de Sousa (2002), a religião “vai além, chega aos indivíduos, compondo suas fantasias e desejos, tanto quanto o próprio imaginário social, formando espaços de negociação de sentidos” (SOUSA, 2002, p. 32).

Até que ponto a concepção de religiosidade levada ao ar pela TV Record revela formas simbólicas de midiatização? Buscando se aproximar de uma resposta, este artigo



expõe as primeiras impressões do estudo, resumidas a partir da análise dos programas *Fala que eu te escuto* e *Plantão da Fé*. Aqui, identificamos os mecanismos de espetacularização presentes na atuação dos pastores-apresentadores, nas ações sugeridas, nos cenários, nos rituais, destacando as estratégias performáticas desenvolvidas e os diálogos com os receptores. Verificamos o conteúdo dos programas, a partir das participações e testemunhos dos fiéis, as redes de significação, os possíveis efeitos de sentido, bem como os elementos simbólicos da linguagem utilizada (dramatizações).

Espetáculos da fé: as estratégias de midiática da TV Record

Para compreendermos os processos de construção de significados que o discurso religioso veiculado pela Record suscita, torna-se necessário expor um breve panorama a respeito do poder de penetração que a emissora detém na sociedade. Assim, salientamos que a rede alcança 99,01 % do país, além da América do Sul, América do Norte, África, Europa e parte da Ásia. Conforme dados obtidos no seu site oficial, o grupo do Bispo Edir Macedo possui ainda um canal internacional (TV Miramar de Moçambique) e 101 emissoras afiliadas. Por sua vez, a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) registra 8 milhões de fiéis somente no Brasil, contando com o trabalho de 9.600 pastores espalhados por 4.700 templos pertencentes a 172 países (marca que já pode ter se ampliado de 2010, início deste estudo, até o momento atual).

Tais números corroboram a estratégia da espetacularização midiática e esta se torna espaço fértil para atrair a atenção do público, como se a prática religiosa em rede televisiva nacional estivesse autorizada “para dizer o que seria socialmente desejável, normal ou adequado” (BENETTI, 2007, p. 110) nos assuntos ligados a essa questão. No pensamento de Debord (1997), a atração se torna uma mercadoria que permeia o espaço da vida social permitindo que o espectador crie vínculos com seu cotidiano. Para o autor, a vida das sociedades modernas torna-se uma imensa acumulação de espetáculos, numa “relação mediatizada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14).

Através dos mecanismos planejados pela Record, os pastores-apresentadores incorporam determinados estilos de comunicação empática capturando a atenção do telespectador, produzindo novos sentidos. A atuação e a performance das lideranças da Igreja Universal, tanto no ambiente dos templos como no estúdio televisivo, são



pensadas com o intuito de difundir a palavra cristã como mecanismo velado para outras intencionalidades discursivas. Nesse sentido, os testemunhos, os telefonemas e depoimentos dos receptores, nas apresentações ao vivo, são manipulados/editados para a conquista coletiva da admiração/identificação dos fiéis. O imaginário social é assim mobilizado em nome de causas maiores: prestar assistência espiritual a quem não possui, reiterar um discurso que difunde a ideologia da igreja a quem já pertence aos seus quadros ou conquistar novos fiéis. O discurso religioso é assim convertido em discurso social de preocupação com o bem estar coletivo.

Desse modo, não se pode ignorar que a comunicação se entrelace com as mudanças da dinâmica imposta pela esfera da religiosidade, uma vez que na era da convergência entre gentes e ideias, todos querem ser vistos e ouvidos de maneira *narcisística* (SODRÉ, 2002). Logo, o processo de midiaticização depende da visibilidade da esfera midiática e encontra na perspectiva da espetacularização algo relevante que a caracteriza. No nosso entender, isso exige a reflexão e o olhar aguçado dos pesquisadores na produção de artigos especializados, na elaboração de dissertações de mestrado e teses de doutoramento que enfoquem e analisem, no dizer de Sodré (2002), a “*atração especular*” que a mídia exerce nas audiências e o “efeito vitrine” que provoca com sua “vocação de globalidade” (SODRÉ, 2002, p.41).

Essa globalidade cria novas rela oes de poder que interferem diretamente na concep o de religiosidade que as pessoas professam, levando-as a questionar *os sentidos* de suas práticas ou conduzindo-as a pensar em práticas diferentes. Considerando esse cenário, as possibilidades de socializa o do discurso religioso via TV suscitam diferentes mecanismos de compreensão que sejam capazes de explicar as estratégias que o envolvem. A igreja surge assim como a detentora de um discurso público em nome do sagrado que promete a “salva o”, através da resolu o dos problemas da sociedade: desemprego, depressão, doenças, dificuldades amorosas, obsessões espirituais e uma série de “perturba es” que interferem no bem estar das pessoas. Ou seja: emerge, através das imagens e dos rituais, a “palavra instituída da igreja” prometendo trazer a cura, o emprego, a harmonia das famílias, enfim, a resolu o para uma gama de conflitos existenciais. E o acesso a tudo isso ocorre sem sair de casa, apenas com a TV ligada. Assim, percebemos que os mecanismos de convencimento religioso mudaram, institucionalizando-se, legitimando-se, dependendo



de modo incisivo da “centralidade” midiática, dos jogos interpretativos suscitados pelo processo de midiaticização. Conforme enfatiza Martino (2003): “enquanto na mídia generalista a informação é *produto-fim*, na mídia institucional é *produto-meio*” (MARTINO, 2003, 19).

Em Certeau (1999), encontramos o pensamento apropriado de que a Igreja, junto com a ideologia e a doutrina sempre desempenham um papel importante que não lhes é dado apenas pelos detentores do poder de tais esferas e do seu discurso da autoridade: é algo consentido, permitido por aqueles que vivenciam o espaço social. Nesse sentido, emerge a tarefa dos discursos de cunho doutrinário e que apelam, de modo espetacular, para as reformas íntimas e o despertar da fé. “As técnicas do fazer crer desempenham ação decisiva onde se trata daquilo que ainda não é (...) Todo discurso *reformista* sofre a tentação de adquirir vantagens e transformar seus militantes em conquistadores” (CERTEAU, 1999, p. 285).

As “*artes do fazer crer*” encontram nos dispositivos da comunicação televisiva um campo fértil para o processo de construção de sentidos, desencadeado pelas intencionalidades de cunho religioso e pelos diversos interesses que movem as condições de produção dos discursos do gênero. Assim, podem convencer, considerando que a programação televisiva afeta de modo incisivo tanto aqueles que creem como os que não creem na temática da religiosidade (flexíveis ou não a estímulos doutrinários), em razão da ampla audiência do veículo. Esse fato parece justificar a nossa preocupação em compreender como o conteúdo religioso pode alterar os critérios de racionalidade do público, sugerindo atitudes favoráveis ou não à mensagem contida nos rituais apresentados e nas horas de pregação religiosa que se sucedem ao longo dos dias.

Partindo da premissa de que as mensagens da comunicação são produtos culturais, cujo alcance extrapola o ato de informar, intervindo na consciência dos indivíduos, defendemos o pensamento de que os discursos religiosos televisivos, mediante mecanismos sutis, permitem a recriação de sentidos. Na trilha de tal argumento, entendemos que o cenário religioso da Record torna-se, pois, um espaço de representação simbólica capaz de redimensionar e legitimar, de novas maneiras e por diferentes “*técnicas e táticas*” o cotidiano (CERTEAU, 1999), bem como modificar a concepção tradicional/social de religiosidade, enquanto produto da instituição “Igreja”.



Nessa perspectiva, o processo de midiaticização guarda em sua configuração diferentes interferências de natureza histórica, social, ideológica. Logo, implica reconhecer, sobretudo, que os discursos religiosos da Record não existem apenas enquanto ações de conversão, mas são conduzidos com mecanismos de astúcia, de modo a produzir efeitos emocionais na audiência, apelando para sua subjetividade.

A pretexto de uma demarcação metodológica, esclarecemos que o percurso do estudo foi pensado para a observação referente à Igreja Universal do Reino de Deus, através da gravação dos programas selecionados para a pesquisa. Este procedimento inicial tornou possível *descrever* seus aspectos constitutivos, a partir da transposição dos conteúdos para unidades textuais, compreendendo suas particularidades cotidianas e registrando-as no diário da pesquisa. Desse modo, as anotações realizadas contribuíram para a percepção das estratégias mobilizadas pela Record.

No segundo momento, optamos por desenvolver um estudo de recepção, através de questionários com telespectadores da referida emissora. Imaginamos que esta coleta poderia ocorrer conjuntamente à análise da programação. Porém, o cotidiano da pesquisa nos conduz sempre a outras ações, impossibilitando que qualquer método seja cumprido com precisão cartesiana: os adiamentos são inevitáveis. Assim, a aplicação do instrumento questionário aos receptores e seu resultado constará no relatório final da pesquisa. Para os propósitos deste artigo e tentativas de ilustração temática, optamos por um breve recorte representativo da análise até então desenvolvida, seguido da contextualização de cada programa observado.

Como a programação é perpassada por situações emblemáticas relativas à espetacularização, exigiu mais horas de gravação, num trabalho minucioso que ocorreu, sobretudo, no período da madrugada, em razão da grade disponibilizada pela emissora no contexto local (a cidade de Campina Grande/PB recebe o sinal da Record através da afiliada TV Correio). O ***Plantão da Fé*** consiste basicamente em uma espécie de ***Fala que eu te escuto***, no qual os pastores, quase sempre em dupla, se revezam no atendimento aos telespectadores via telefone, no horário de 2h às 6h. Interessante observar o alto índice de audiência que a atração detém segundo dados do Ibope.

É importante lembrar que entre os diversos programas exibidos pela Record, certamente o mais conhecido é o ***Fala que eu te escuto***, que, com o seu formato ímpar, prende a atenção do telespectador abordando sempre temas polêmicos, oportunizando



participações ao vivo, através de ligações ou de redes sociais como o *Twitter*. Supomos que uma das razões dos seus altos índices de audiência pode ser, além da abordagem de temáticas atuais, o fato de ser transmitido em um horário mais acessível ao público, por volta de 1h da madrugada, quando muitas pessoas ainda estão acordadas vendo TV.

Em nome do Senhor: os modos espetaculares da programação religiosa da Record

O programa *Fala que eu te escuto* tem um viés de atualidade, pois começa expondo uma reportagem jornalística sobre um determinado tema de repercussão na sociedade, apresentado anteriormente pelos telejornais. Trata-se de uma produção veiculada em nível nacional e internacional, cujas abordagens são quase sempre polêmicas e de interesse geral, contando com a participação do telespectador na condição de debatedor. O participante, ao vivo, pode questionar, criticar e elogiar qualquer assunto da pauta ou opinar através da página na internet (arcanuniversal, *Twitter* ou e-mail) e ainda interagir por meio do telefone. A linha se mantém aberta para o público durante o tempo de exibição, num convite claro à intervenção sucessiva.

Entre os mais variados assuntos expostos, destacamos o abordado no dia 20 de novembro de 2010, cujo trecho dirigido ao comentário do público partiu de um apresentador de outra emissora: “‘Hoje qualquer miserável tem um carro’, diz o comentarista de uma afiliada da Globo. O pastor então indaga: “a declaração revela preconceito, um fato, ou ele só quer aparecer?”. Refere-se a uma matéria produzida pela Rede Record que expõe falas do comentarista da RBS (TV afiliada à Rede Globo em Florianópolis), Luiz Carlos Prates, e que obtiveram repercussão nacional. Nesta edição, como em outras, ficam evidentes as críticas feitas às emissoras concorrentes. A reportagem exibida, com duração de aproximadamente 20 minutos, mostra declarações preconceituosas do comentarista da Globo. Entre as criticadas pelo pastor estão as seguintes:

“Hoje qualquer miserável tem um carro, o sujeito jamais leu um livro, mora em uma gaiola apertada que hoje chamam de apartamento, não tem nenhuma qualidade de vida, mas tem um carro na garagem.”

“(…) Falta de respeito, frustração, casais que não se toleram, popularização do automóvel, resultado deste governo espúrio que se popularizou pelo crédito fácil. O carro para quem nunca tinha lido um livro!”



“Desde quando criança tem opinião para pedir carro? Desde quando criança decide alguma coisa? O que está faltando nas casas é a pedagogia da cinta.”

A matéria expõe ainda sonoras de pessoas no trânsito opinando a respeito das falas do jornalista da RBS. A maior parte das declarações ouvidas demonstra indignação, mas ainda há quem concorde com as palavras do apresentador. Encerrado o conteúdo jornalístico, entra no ar o Pastor André Cajéú, diretamente dos estúdios, já anunciando o alto índice de audiência naquela noite, mencionando também o congestionamento nas linhas telefônicas (esse registro da audiência é recorrente entre os apresentadores). Sem tecer comentários acerca do conteúdo que foi exibido no início do programa, ele passa a atender os telespectadores, sobretudo aqueles que julgam as falas de Prates como preconceituosas durante a enquete que foi levada ao ar.

Após realizar dois atendimentos via telefone o pastor anuncia mais uma matéria. Dessa vez, envolvendo a Rede Bandeirantes de Televisão. Mostra-se o apresentador do Jornal da Band, Boris Casoi, ao proferir uma opinião infeliz a respeito dos garis, sem saber, no momento, que sua fala estava indo ao ar. O áudio vaza após a exibição de uma “passagem de bloco”, em que dois garis desejavam Feliz Ano Novo ao povo brasileiro. O comentário do âncora foi textualmente o seguinte:

“Que merda, dois lixeiros desejando felicidades, do alto das suas vassouras...
Dois lixeiros... (risos)
O mais baixo posto da escala do trabalho.”

Nesse instante, Boris é interrompido pela produção do telejornal que o impede de prosseguir, avisando que o Brasil inteiro ouviu sua crítica. Aproveitando o episódio, a produção do programa *Fala que eu te escuto* foi ao encontro dos garis que apareceram na reportagem para saber como se sentiram ao terem sido “alvos de piada”. Para reforçar o conteúdo do material, a mesma equipe buscou conhecer como é o dia a dia dessa classe de trabalhadores e exibiu o conteúdo nessa mesma madrugada.

O debate volta aos estúdios do programa, de onde o pastor, visivelmente “alterado” e em frente ao computador, lê e-mails de telespectadores também indignados com o caso mostrado. Entre os textos selecionados destaca-se um que, estrategicamente, foi lido por elogiar o jornalismo da Record.



“Venho através desse e-mail falar que Boris é preconceituoso, aliás é vergonhoso saber que o jornalismo da Globo e o da Band andam só para trás. Boris Casoi e esse comentarista da Globo são uma vergonha, por isso que hoje em dia eu assisto só o jornalismo da Record, que tem como lema o ‘Jornalismo Verdade’.”

É importante ressaltar que a atração, criada em meados dos anos 90, conta hoje com aparatos tecnológicos que permitem maior interatividade entre o pastor-apresentador e o público. No decorrer dos blocos são exibidos, a todo instante, frases de telespectadores via *Twitter*, quase sempre concordando com o perfil das matérias. O formato, antes calcado somente nos temas religiosos, chama a atenção do público por realizar uma espécie de crítica jornalística, polemizando debates. Entretanto, tal teor mascara sua real intenção, que é conquistar fiéis para a Igreja Universal. Na edição analisada, assim como nas demais, as características da religiosidade da IURD se apresentam no final, quando o pastor revela o resultado da enquete e comenta o fato à luz dos conceitos da igreja. É interessante a habilidade com que ele consegue relacionar seu discurso às passagens bíblicas, utilizando uma linguagem exaltada:

[...] Eu gostaria de falar para todos aqueles que estão nos acompanhando e para o senhor Luiz Carlos Prates, que Jesus jamais agiu dessa forma com quem quer que tenha se apresentado diante Dele. Ele veio tanto para os pobres como para os ricos, quando digo ricos, aqueles financeiramente falando. Mas, existem muitas pessoas que vivem o drama de estarem sendo pobres de espírito, maltratadas, frustradas, infelizes, e Ele sempre estendeu a mão a essas pessoas. Ele mesmo disse (e grita): ‘Vinde a mim todos os que estão cansados e sobrecarregados, pois eu vos aliviarei.’ Ele veio para os que estavam perdidos, para os pobres de espírito, então que isso seja um exemplo para todos que estão nos acompanhando e ao senhor Luiz Carlos, o exemplo de que nós temos que pesar as nossas palavras.

O pastor ainda promove um momento de reflexão, através da bênção do copo d’água, convidando o telespectador a fechar os olhos e a orar. Em demonstração de fé e humildade, ajoelha-se diante dos nomes de todos os participantes do programa escritos em pedaços de papel, e diz de modo dramático as seguintes palavras:

Meu Deus, meu Pai, em nome do teu filho amado, o Senhor Jesus, neste momento nós colocamos diante de ti em oração, e em favor dos que sofrem,



os nomes daqueles que vivem sendo atingidos, como acompanhamos hoje nestas matérias apresentadas. Mas não por um simples comentarista, mas que são atingidas no trabalho, são humilhadas, envergonhadas, são perseguidas dentro de casa, pessoas que todos viraram as costas. Então, nesse momento, eu peço que o Senhor venha com o teu socorro ao encontro delas. Porque o Senhor não é preconceituoso, o Senhor não faz acepção de pessoas, o Senhor estende a mão ao que sofre. Então, estenda a tua mão nesse momento, meu Pai, e ajuda esta pessoa que está no chão, que está em lágrimas, vivendo em desespero, por causa da saída do marido de casa e ele até agora não ter voltado; do filho que está na dependência das drogas, no domínio de uma enfermidade; dos problemas financeiros que lhe fazem viver com a cabeça quente, por aqueles que estão pensando em acabar com a própria vida. Eu peço por todos aqueles que enviaram e-mails, pedindo oração por si mesmos ou por alguém da sua família, e também todas as pessoas que falaram com os pastores através dos programas de rádio ligados aqui ao programa “Fala que eu te escuto”. Nós te pedimos, Senhor, abençoa este copo com água, e venha agir sobre a mente destes que são formadores de opinião, para que pesem as suas palavras e não falem pelos cotovelos aquilo que lhes vêm na telha. É o que nós te pedimos e te agradecemos, e quem crê diga comigo: assim seja, Graças a Deus! (E fica com os olhos marejados...).

Nessas palavras é possível enxergar fortes traços de espetacularização, especialmente na forma como o pastor profere as afirmações que, de tão fervorosas, fazem com que quem assiste ao programa se sinta verdadeiramente “dentro” de um dos templos da IURD. A alusão aos problemas cotidianos das pessoas é feita para relacionar a Igreja Universal às possíveis soluções. Quanto à benção do copo d’água, por ser um rito comum a muitas religiões, a prática permite que o telespectador, independentemente de crença religiosa, reconheça o ritual e até se emocione.

Nota-se que a entonação é intencional, pois pretende instaurar um efeito de sentido conduzindo o público a compactuar com a pretensão do discurso que, nesse caso, busca atrair a atenção para o culto de modo a capturar a audiência para a madrugada seguinte. Percebemos também nas declarações um interdiscurso, à medida que o dito jornalístico se mistura ao dito religioso, buscando legitimar a ideologia da igreja.

Espelhando-se no anterior, o programa *Plantão da Fé* é conduzido geralmente por dois pastores da Igreja Universal, propondo-se a debater temas mais abrangentes, tais como separação conjugal, conflitos familiares, traição, etc. Nesse formato, o



discurso religioso pregado pela Universal fica muito mais evidente, desde a postura dos líderes espirituais que o conduzem até os conselhos que são dados a quem participa através de relatos ou perguntas aos apresentadores.

Para contextualizar tal característica selecionamos o exibido no dia 19 de novembro de 2010, que abordou dependência de drogas e foi conduzido pelos pastores Isaac e Áureo. Nesta ocasião foi possível identificar características de dramatização, como, por exemplo, na “cura pela fé”. Diferente do programa anterior, o público que acompanha de casa não opina acerca do debate, mas dá seu testemunho de sofrimento em relação à problemática apresentada, em busca de alcançar uma solução divina para suas “angústias particulares”. No fragmento que destacamos abaixo o pastor Áureo convida a população paraibana a participar por telefone:

Você que está sofrendo com enfermidade, tem um parente que foi desenganado pela medicina, alguém que tá com câncer, com um tumor maligno, nós vamos curar essas pessoas agora, em nome de Jesus. Oh, pode ligar agora, você que está sofrendo. Se o teu parente está internado pega a fotografia, pega o nome, bota aí, que nós vamos determinar a cura, se o problema for patológico, vai ser curado agora, se o problema for espiritual o mal também vai sair. Jesus vai curar seu mal! (Diz quase chorando!).

A performance é visivelmente espetacularizada e apelativa, utilizando vocativos e exclamações. Gritando e gesticulando de modo exagerado, o pastor usa a Bíblia como escudo discursivo, batendo as mãos sobre ela, reafirmando e dramatizando a narrativa. De acordo com Debord (1997), o movimento discursivo espetacular ocorre por uma espécie de marcha em círculo: “ao retornar, ao se repetir, ao gritar, ao exclamar, ao continuar afirmando o mesmo, tais recursos causam impacto e todo mundo será testemunha do artifício mobilizado” (DEBORD, 1997, p. 181).

Inúmeros telespectadores foram ouvidos nesse programa, mas salientamos o atendimento feito por telefone a uma moradora do bairro Tibiri II, em João Pessoa, chamada Eliza. A senhora, aparentando ser idosa, relata sentir fortes dores no joelho e solicita a ajuda do pastor. Abaixo, alguns trechos:

Pastor Áureo: Eliza, bom dia!

Ouvinte: Bom Dia!

Pastor Áureo: Qual o problema da senhora?

Ouvinte: Pastor, é uma dor que eu sofro no meu joelho, que já faz 12 anos. Tô que não suporto de tanta da dor, e não ando nem dentro de casa.



Pastor Áureo: Doze anos...

Ouvinte: No joelho, no joelho direito.

Pastor Áureo: Dona Eliza, vamos fazer o seguinte... E pergunta: a senhora crê em Deus? (Aumenta a voz se aproximando da câmera).

Ouvinte: Creio sim!

Pastor Áureo: Presta atenção, bota a mão aí na tela agora, bota a mão aí na tela! Tá vendo aqui a minha mão? (Aproxima a mão da câmera).

Ouvinte: Pastor, eu não aguento pisar nem no chão.

Pastor Áureo: Coloca a mão, coloca a mão da senhora! Consegue colocar?

Ouvinte: Já estou colocando. Tá junto com a sua!

Pastor Áureo: Isso, a senhora crê em Deus, não crê? (...) (Insiste, gritando!)

Ouvinte: Creio!

Pastor Áureo: Então fecha os olhos: (Profere oração em tom dramático):

“Oh Deus, em nome do senhor Jesus, que saia virtude e poder das nossas mãos para curar essa senhora agora. Meu Deus, arranca essa inflamação, essa inchação do joelho dela, arranca todas as dores, meu Deus! Nós determinamos agora que, se por detrás dessa doença, dessa dor, existir um espírito maligno, que ele seja repreendido agora! Repita comigo (ouvinte repete emocionada): Cura toda a dor do meu joelho em nome de Jesus!. Tira a mão e diga: Xô!” Pronto, agora respira fundo, dona Eliza, respira aí! Agora, firma os pés e procura aí a dor. (Grita mais uma vez!)

Ouvinte: Eu vou andar para ver se eu posso pisar no chão.

Pastor Áureo: Pode andar, pode andar, sim, estou mandando a senhora andar! (E grita!).

Ouvinte: Tô andando, tô andando, tô andando.. (Diz ela entre choro e gemidos)

Pastor Áureo: A senhora não precisa sentir nada, porque nós cremos que a senhora foi curada, tá livre! Agora, gostaria de atender a senhora aqui no templo maior, nesta sexta feira. A senhora já tá andando (diz entre risos), pode vir para nossa igreja! Olha o milagre aí, olha o milagre! (Grita alegre!).

Pastor Ysaac: Isso mostra que nosso Deus tá vivo, né Pastor Áureo? Isso mostra que independente da religião, do credo religioso, quem crê, recebe o milagre, até na TV!

A partir desse diálogo visualiza-se a transformação do discurso religioso em espetáculo, através de encenações gestuais, da condução à crença em milagre, da utilização do nome de Jesus como intercessor da autosugestão de cura, da mobilização de elementos cênicos semelhantes ao trabalho dos atores quando representam nos palcos. A igreja eletrônica se insurge como fonte de resolução dos problemas para além dos templos. Debord (1997) argumenta que a autoridade do espetáculo domina a cena,

por isso não admite réplica: sua verdade é incontestável. O dito reiterado convence de modo inquestionável, mesmo que seja um mito. Contudo, ao ser internalizado convence a quem o aceita. Assim, a performance dos pastores citados ilustra a perspectiva exposta pelo autor.

O curioso é que, ao final de cada ligação recebida, o pastor aconselha o participante a levar uma *fotografia* ou *uma peça de roupa* sua ou de alguém que precisa de ajuda no domingo. Em seguida, expõe um testemunho gravado de uma mulher que, após *entregar sua vida* à Universal, através da Fogueira Santa, conseguiu se reerguer, sobretudo *financeiramente*. A ênfase discursiva recai nessa informação! Na sequência, o pastor se despede, encerrando mais um culto “*poderoso*” que “*venceu o mal*”. Tal fato ilustra mais um espetáculo religioso produzido pela Universal do Reino de Deus.

Para concluir

A problemática abordada atesta o impacto que a religião adquire através da TV, sinalizando que a mídia é vista pelo campo religioso como uma alternativa estratégica para o funcionamento de suas práticas. A fé midiaticizada, conforme Gomes (2008), fortalece o cotidiano das igrejas, funcionando, segundo os pastores, como solução apropriada para diversas dificuldades a partir das transmissões dos veículos: o importante é a mensagem a ser anunciada. E eles confirmam: “Estão convencidos de que não podem cumprir o mandato do Senhor Jesus nos dias de hoje se não utilizarem os modernos meios de comunicação” (GOMES, 2008, p. 20).

Os discursos inseridos nas narrativas dos programas religiosos são dotados de subjetividades e constantemente reconfigurados pelo trânsito social dos significados, colocando os sujeitos-receptores em contato com realidades (re) construídas. Nos testemunhos dos fiéis e nas redes de significação implícitas em seus depoimentos, os efeitos de sentido são induzidos pelas dramatizações, hipérboles, metáforas, presentes nos comentários dos pastores e nas entrelinhas de suas falas. Assim, é possível visualizar em suas narrativas aspectos simbólicos que nem sempre se revelam de modo explícito, gerando interpretações que, no nosso ponto de vista, resultam de mecanismos do discurso religioso *para fazer crer* (CERTEAU, 1999), forjar atitudes e imprimir determinadas posturas aos telespectadores. Na contemporaneidade, é inegável o fato de que a interface entre mídia e religião participa diretamente na construção de sentidos,



através das múltiplas vozes que perpassam a sociedade. Resta-nos avançar no estudo para descobrir como tais vozes se manifestam.

REFERÊNCIAS

BENETTI, Márcia. Análise do Discurso em jornalismo. IN: **LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs).** **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano.** Petrópolis: Vozes, 1999.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** São Paulo: Contraponto Editora, 1997.

GOMES, Pedro Gilberto. O processo de midiaticização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e religião. IN **FAUSTO NETO, Antonio.** **Midiaticização e processos sociais na América Latina.** São Paulo: Paulus, 2008.

MARTINO, Luís Mauro. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso.** São Paulo: Paulus, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUSA, Mauro Wilton de. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. IN: **SOUSA, Mauro Wilton de (Org).** **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 2002.