



O Papel da Mulher no Rádio Iurdiano: narradoras eletrônicas na frequência da web¹

Cláudia FIGUEIREDO-MODESTO²

Márcio de Oliveira GUERRA³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Este artigo integra uma pesquisa, em fase de conclusão, que investiga a identidade feminina na mídia neopentecostal da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Partimos dos conceitos de identidade dos Estudos Culturais e da interface entre mídia e religião para investigar qual o modelo de mulher fornecido ou incentivado pelas narrativas de conversão exibidas através da Rede Aleluia de Rádio, que cobre 75 por cento do território nacional. Como metodologia, adotamos a Análise da Narrativa baseada nos pensamentos de Gancho (2006), Reuter (2007) e Barthes et al (2009). Foram comparadas as narrativas femininas ao vivo e gravadas durante os dias 06 e 10 de junho, de 9h às 12h, quando o programa *Mensagem do Bispo Edir Macedo* estava sendo transmitido em rede para todas as 63 emissoras da IURD e também pela internet através da TV IURD.

PALAVRAS-CHAVE: rádio, identidade, mulher, narrativas de conversão.

Introdução

Fundada em 09 de julho de 1977, por Edir Macedo, na cidade do Rio de Janeiro, em pouco tempo, ramificações da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) se instalaram em todos os estados do país, inclusive no exterior. Atualmente são mais de 4.750 templos em 180 países⁴ e, segundo a IURD, mais de 13 milhões de fiéis em todo Brasil.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação e Sociedade, Linha de Pesquisa Comunicação e Identidades, do PPGCom UFJF – MG. Professora da Universidade Presidente Antônio Carlos Filho (UNIPAC), em Juiz de Fora – MG. E-mail: figueiredo.claudia@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFJF. Mestre em Comunicação e Cultura (UFRJ), Doutor em Comunicação (UFRJ), Professor colaborador do PPGCom UFJF, professor da especialização do curso Comunicação Empresarial e do curso de Televisão, Rádio e Mídias Digitais da Facom (UFJF), professor da graduação UFJF (MG). E-mail: marcio.guerra@ufjf.edu.br

⁴ Disponível em <http://www.arcauniversal.com/iurd/historia/mundo.html>. Acesso em 30 de junho de 2011.



De acordo com Mariano (2005), o primeiro templo da Igreja Universal surgiu numa sala onde antes funcionava uma funerária, no bairro da Abolição, zona norte do Rio de Janeiro.

As organizações de tipo ‘igreja’ começam como movimento ou ‘seita’, quando então predomina nelas um comportamento de recusa das demais organizações ou da própria sociedade. Depois, progressivamente, devido ao êxito alcançado, elas se institucionalizam. (CAMPOS, 2006, p. 107-108)

A IURD teve o seu início na forma de um movimento religioso autônomo, como uma pequena “seita” pentecostal que, tal como dezenas de outras, diariamente surgem nas grandes cidades brasileiras. Todavia, a sua transformação em uma organização religiosa tipo “igreja” se deu rapidamente, concomitantemente à sua expansão midiática.

Inaugurando um templo por dia em média, a Universal constitui o grande fenômeno atual do pentecostalismo nacional. Seu crescimento, sobretudo a partir dos meados dos anos 80, quando começa a adquirir as primeiras rádios, tem sido impressionante. [...] Em duas décadas de existência, conseguiu a proeza de estar entre as maiores igrejas evangélicas do país. (MARIANO, 2005, p. 53 – 54)

Freston (1993, p. 135-136) apresenta algumas justificativas para a relação entre os evangélicos e a mídia. Segundo o autor, os evangélicos têm por princípio religioso a divulgação de sua fé e isto deve acontecer por quaisquer meios de comunicação. No entanto, como afirma Freston, o rádio domina a mídia evangélica ainda hoje, e os argumentos usados para esse domínio radiofônico são: "o custo mais acessível, a facilidade técnica da produção e a disponibilidade maior de horários" (idem, p. 137).

O crescente evangelismo eletrônico pentecostal tem tido significativo impacto no mercado de comunicação de massa, sobretudo em função das iniciativas empresariais nessa área por parte IURD. Com o passar do tempo, tais empresas agregadas à IURD formaram uma verdadeira *holding*⁵. Para Penha Rocha (2006), “a extensão dos negócios de Edir Macedo talvez faça dele o mais poderoso empresário de comunicação no Brasil, já que seu holding tem mais emissoras de TVs próprias que afiliadas – a Rede Globo conta com o maior número de afiliadas no território nacional”.

A IURD possui hoje 23 emissoras de TV, entre elas a TV Record, o jornal mineiro Hoje em Dia, a gravadora Line Records, a Editora Gráfica Universal

⁵ Empresa que possui a maioria das ações de outras empresas e que detém o controle de sua administração e políticas empresariais



(responsável pela edição e publicação em nível nacional da Revista Plenitude, com tiragem mensal de 450 mil exemplares), a Revista Obreiro de Fé (tiragem de 100 mil exemplares, dirigida a obreiros e obreiras de igrejas em geral), Revista Mão Amiga (destinada a divulgar o trabalho de assistência social da Igreja realizado pela Associação Beneficente Cristã – ABC), o jornal Folha Universal (com tiragem semanal próxima de dois milhões de exemplares); a Uni Line (empresa de processamento de dados), a Frame (produtora de vídeo), a maior gravadora gospel do país e um portal na internet (Arca Universal). E, de acordo com Mariano (2005), a IURD ainda é proprietária dos jornais Tribuna Universal (Portugal) e *Stop Suffering: a new life awaits you!*⁶ (África do Sul), além do Banco de Crédito Metropolitano, Unimetro Empreendimentos, Cremo Empreendimentos, New Tour (agência de viagens), Unitec (construtora), Uni Corretora (seguradora), Investholding Limited (com sede nas Ilhas Cayman), Editora Gráfica Universal Ltda, Ediminas S/A (BH), uma fábrica de móveis (que faz os bancos da igreja), e ainda seis emissoras de rádio em Portugal, duas na França, onde ainda possui uma construtora e duas agências de viagens e 64 emissoras de rádio, sendo 21 de sua propriedade.

A Rede Aleluia, atualmente é composta por 64 emissoras; presentes em todas as regiões, localizadas estrategicamente em 22 estados, capital e interior, que transmitem informações e entretenimento de primeira qualidade a todos os que a sintonizam, com uma área de abrangência que cobre 75% do território nacional. (REDE ALELUIA, 2011)

A programação é composta por canções nacionais e internacionais; além de testemunhos e dramatizações com objetivos de promover o proselitismo religioso.

Rádio e IURD

Há um consenso que, ainda, é através do rádio que os evangélicos se inserem na comunicação de massa do Brasil⁷. Para inúmeros ouvintes, analfabetos ou não, o rádio se constitui, muitas vezes, no único canal de informação, de conhecimento e de ligação mais ampla com universos distanciados de sua realidade social. “Desde o seu início, o veículo serviu de expressão às diferentes manifestações culturais, principalmente através da música, do esporte e da informação. Mas, possibilitou também outros usos, como o político, e mais recentemente, o religioso” (HAUSSEN, 2004, p. 27). Na mídia eletrônica, há um verdadeiro império evangélico país afora. “Existem mais de 300 emissoras de rádio evangélicas no Brasil. (...) O rádio e a TV

⁶ Pare de sofrer: uma nova vida espera por você! (tradução livre da autora)

⁷ Ver Fonseca (1990), Vattimo (1996), Budke (2005), Santana (2005), Revista Veja (2002).



servem ainda de canal para a transmissão de modelos culturais e de comportamento” (Edward, 2002, p.89). O rádio foi o primeiro meio de comunicação usado pela Igreja Universal do Reino de Deus, quando Edir Macedo alugava e depois comprava espaços nas programações radiofônicas no final da década de 70. Hoje, a Rede Aleluia cobre 75 por cento do território nacional com 64 afiliadas.

Transmitindo notícias e entretenimento, em programação de interesse religioso com conteúdo que vai desde pregações via dial, passando por debates e dicas de comportamento (cuja intenção é formar uma cultura evangélica, de quem é chamado de “homem de Deus”), até aos programas com direcionamentos dogmático-políticos, a Rede Aleluia é um fenômeno da comunicação de massa, tanto no conceito do grotesco, defendido pelo pesquisador de comunicação Muniz Sodré, quanto no conceito de retórica aristotélica, em que a palavra é válida apenas se embasada no logos — aqui, personificada pela Bíblia, no que o cristão define como a palavra de Deus. (ROCHA, 2006, p. 11-12)

Acompanhando a programação da rede é possível perceber que existe uma preocupação com o público feminino quando o apresentador (geralmente um pastor ou bispo da igreja) se refere em especial à mulher, com expressões como “minha amiga”. E não é por acaso: pesquisa⁸ aponta que, no Brasil, 53 por cento da audiência radiofônica são femininas.

As mulheres também são maioria no segmento evangélico. Os evangélicos encontram-se entre os grupos religiosos que apresentam as maiores taxas de fiéis do sexo feminino em suas fileiras, 56%. Na Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), a desproporção entre homens e mulheres mostra-se maior do que aquela encontrada no conjunto dos evangélicos, o que acaba por dar um rosto feminino à IURD (MACHADO, 2005, p. 1).

Um dos principais fatores de atração das igrejas que se multiplicam por todo o continente seria a ênfase concedida às questões domésticas e de interesse imediato das mulheres pobres que, constituem a maioria dos seus adeptos (MACHADO, 1998, p. 2). Machado (2005) aponta que a migração de fiéis para o segmento pentecostal seria resultante de uma tendência a “flexibilização da moral e dos costumes e em uma incessante revisão das estratégias de recrutamento dos fiéis e das formas de atuação das lideranças religiosas” (Ibid., p.388). O líder iurdiano fala abertamente sobre sua posição favorável ao aborto e ao uso de métodos contraceptivos (enaltecendo, inclusive, a vasectomia), rechaçando, com veemência, a violência de gênero.

⁸ Fontes: Elvio Mencarini - Diretor Geral da Rádio2. Roberto Mencarini - Profissional de Marketing da Rádio 2. Alfredo Nastari - Publicitário do Escritório de Comunicação. Instituto de Pesquisas Mídia Dados. Instituto de Pesquisas Ibope.



O discurso propagado por esta mídia estabelece uma relação direta com a programação diária da igreja, na seguinte ordem:

Segunda-feira: reunião dos empresários;

Terça-feira: corrente da cura divina;

Quarta-feira: reunião para homens e mulheres de Deus;

Quinta-feira: terapia do perdão;

Sexta-feira: reunião da libertação “para pessoas que têm problemas espirituais, por obra de bruxaria, feitiçaria, macumba, inveja, olho-grande, aqueles que tiveram contato com entidade, ouvem vozes e vêem vultos” (FOLHA UNIVERSAL, 2000, p.11a);

Sábado: terapia do amor;

Domingo: reunião do Encontro com Deus.

Os temas das dramatizações são levados ao ar de acordo com o que será tratado na igreja naquele dia ou no dia seguinte, como forma de levar o/a ouvinte à igreja.

O discurso massivo revela-se ambíguo para as mulheres: ora as aproxima ao espaço doméstico, ora as incentiva a participarem do setor econômico. Portanto, as investigações deste artigo giram em torno da análise de narrativa e produção de significados que resultam na construção da identidade feminina da mulher evangélica, com o desafio de identificar qual identidade feminina é construída ou reforçada por esta mídia neopentecostal: a restrita ao ambiente doméstico ou a de prosperidade financeira.

Papel da Mulher na IURD

A presença feminina nos cultos é bastante significativa, chegando mesmo a representar dois terços do total de fiéis, segundo Campos (1997, p. 439). Questionamentos a cerca dessa expressiva presença feminina dentro de um espaço onde as mulheres não têm poder e nem referência, onde a submissão à vontade masculina é a regra geral e onde a mulher é vista como "porta de entrada" do Mal nortearam a curiosidade da pesquisadora.

Na realidade, a figura da mulher dentro da IURD é cheia de nuances e particularidades. O Bispo Edir Macedo faz constantes adaptações em sua doutrina e tem adotado uma postura menos radical em muitas de suas premissas. Mesmo assim, no tocante à mulher, a ênfase ainda recai sobre a importância de manter a obediência ao marido e no vínculo do feminino com o Mal. (PIMENTEL, 2005, p. 23)



Embora reconheça a importância da mulher na vida da comunidade e coloque à sua disposição uma série de publicações, os artigos e reportagens trazem diversas dicas de cuidados com a casa, com os filhos e trazem também matérias sobre profissão, saúde e beleza, sempre valorizando a atitude da “mulher de Deus”.

Dentro da IURD a mulher exerce, no máximo, a função de “obreira”, uma espécie de auxiliar nos cultos. O líder da igreja escreveu o livro “O Perfil da Mulher de Deus” (MACEDO, 2002, p. 67-71), onde traça os dez mandamentos a serem seguidos pela “mulher de Deus”:

Primeiro: Ela teme ao Senhor, e esse temor faz com que veja o marido como se fosse o Senhor Jesus, mesmo que ele seja incrédulo;

Segundo: Ela é sábia; por isso fala pouco ou só mesmo quando necessário. Quando a pessoa fala muito é porque é egoísta, e sempre quer impor aos outros as suas idéias e pensamentos;

Terceiro: Ela é discreta. Nunca procura chamar a atenção dos outros para si. O seu comportamento é contrário ao das mulheres do mundo. A sua fala é suave, os seus vestidos são discretos. O seu rosto pode ser maquiado, mas não mascarado; o seu cabelo é penteado, mas não de forma exótica;

Quarto: Ela é virtuosa. A mulher virtuosa é aquela que procura cuidar muito mais do seu coração do que do seu corpo. Tem como fragrância no seu corpo, a plenitude da presença do Espírito Santo;

Quinto: Ela é forte. Não se abate diante das dificuldades. Pelo contrário, quando os momentos difíceis acontecem, surge com a determinação de Deus;

Sexto: Ela é de fé. A mulher de fé é aquela que vê nas dificuldades apenas novas oportunidades. Como a dona-de-casa, sabe fazer do limão uma boa limonada! Estimula a fé do seu marido com palavras de ânimo e coragem;

Sétimo: Ela é trabalhadeira. A mulher de Deus nunca é preguiçosa, porque tem prazer em cuidar dos afazeres de casa de tal forma que, quando seu marido chega a casa, tudo está em ordem. Ela não espera que os outros façam aquilo que é de sua competência.

Oitavo: Ela é fiel. A mulher de Deus não é fiel apenas ao seu marido, mas também à sua igreja. Sua fidelidade se faz transparecer no serviço da obra de Deus;

Nono: Ela é sensata. A mulher de Deus sabe ser cuidadosa com suas palavras, especialmente quando seu marido é incrédulo. Os lamentos e as reclamações



nunca surtem bom efeito nos ouvidos de quem os ouve. Se for sensata, sabe como contornar uma situação desagradável, em vez de ficar reclamando todo o tempo;

Décimo: Ela tem bons olhos. A mulher de Deus procura ver as demais pessoas como Deus as vê. É verdade que há pessoas más e que é difícil vê-las com bons olhos, mas porque ela é de Deus os seus olhos sempre procuram ver o lado bom daquelas pessoas. É melhor ser prejudicado com bons olhos do que alcançar vantagens com maus olhos.

Nesta publicação, Macedo coloca que a mulher tem que ser forte e passiva ao mesmo tempo, que é responsável pelo bem-estar da família, mas que, em última instância, obedece ao marido. Na contramão do feminismo, o autor afirma que mulheres que vivenciam plenamente sua sexualidade e que deixam extravasar sua sensualidade por seus atos ou postura "o fazem porque têm um espírito demoníaco, chamado pombagira" (Ibid., p. 38). Para o líder iurdiano, a mulher que segue fielmente os passos da mulher de Deus trilha o caminho das pessoas virtuosas, como algumas mulheres citadas na Bíblia.

Este perfil modela uma mulher que fala pouco, tem firmeza para manter a família na fé, e é submissa ao marido.

Edir Macedo explica que a palavra "submissão" não deve ser entendida em seu sentido usual, em que um ser mais forte que exerce poder sobre outro mais fraco. Para a IURD, submeter-se significa ter prazer em servir pelo amor. Em outras palavras, a mulher de Deus se submete ao marido movida pelo Espírito do amor que há dentro dela. (PIMENTEL, 2005, p. 27)

Para Macedo qualquer ideia que possa ter um cunho feminista é rejeitada, sendo considerada como uma proposta antinatural, que vai contra a vontade de Deus. Para fortalecer suas convicções, Macedo faz uso de passagens bíblicas que endossam suas palavras.

A mulher no rádio

Ressalta-se ainda a importância dos meios de comunicação de massa como espaços nos quais a representação da identidade feminina é construída por meio de programas de entretenimento, informativos, debates, etc.

No contexto da discussão acerca das identidades, o campo comunicacional emerge como um espaço de luta decisivo. Ainda que entendido como espaço de poder, também veicula, por outro lado, uma linguagem aparentemente transparente, considerada como neutra e universal, mas que, no entanto, reflete uma ideologia. Para



Douglas Kellner, em seu livro *A cultura da mídia* (2001), é preciso lançar um olhar agudo para a luta existente entre homens e mulheres, feministas e antifeministas, gays e anti-gays, racistas e anti-racistas, partindo do pressuposto que a mídia é um campo de batalhas onde as lutas perpassam por textos e cenários.

Sabe-se, através dos autores que trabalham com o conceito de identidade, como Canclini (1995), Kellner (2001), Castells (2000), Silva (2000), Bauman (2005) e Hall (2006), que as identidades são construídas a partir de algo que se narra. Esses sentidos estão contidos em histórias, memórias e imagens que servem de referências, de nexos para a constituição de uma identidade. Por isso, a discussão em torno da identidade acaba influenciada por questões sobre: lugar, gênero, raça, história, nacionalidade, orientação sexual, crença religiosa e etnia.

Tuchman (2004) estabeleceu uma agenda de investigação ligada às representações em si do feminino, das relações de gênero e da dominação patriarcal nos textos midiáticos. A autora aponta a mídia como aniquiladora simbólica das mulheres ao condenarem, trivializarem ou ignorarem o feminino. Existe, para a autora, uma incongruência entre o papel da mídia enquanto espelho dos valores da sociedade e o seu papel enquanto produtora de símbolos sociais, símbolos esses que não constituem retratos literais da sociedade. Isso implica que a alteração de valores de uma sociedade nem sempre é refletida pela mídia. No domínio simbólico, a mulher aparece ligada ao lar, divorciada da produtividade econômica da esfera pública, discriminada devido à invisibilidade do seu trabalho. “Os homens são vistos como estando fora de casa e as mulheres dentro dela, mas, mesmo aí, é feita a trivialização do papel das mulheres” (TUCHMAN, 2004, p. 149).

Neste sentido, os meios de comunicação de massa empenham-se na aniquilação simbólica das mulheres mediante a desconsideração do trabalho feminino e a banalização das mulheres por meio de seu espaço limitado ao círculo familiar e ao lar.

Narradoras eletrônicas

No rádio iurdiano, o discurso em torno do papel feminino é construído simbolicamente a partir de sua força evangelizadora, presente em depoimentos femininos como “fui levada à igreja por uma vizinha”, “uma amiga me disse para escutar os programas de rádio da Rede Aleluia”, “eu estava ouvindo rádio e parecia que o pastor falava para mim e daí eu resolvi ir à igreja naquele mesmo dia”; ou através de depoimentos masculinos, entre outros, que afirmam: “quem primeiro chegou à Igreja



Universal foi minha mulher e, eu vendo a mudança dela, resolvi frequentar também”, “minha namorada me levou ao culto”.

Para este artigo, o *corpus* desta pesquisa ficou delimitado nas “narrativas de conversão” durante a semana de 06 a 10 de Junho, de segunda a sexta-feira - período que antecedeu o Dia dos Namorados (12 de Junho) -, das 9h às 12h, horário considerado nobre para o rádio. Como metodologia, adotamos a Análise da Narrativa baseada nos pensamentos de Gancho (2006), Reuter (2007) e Barthes et all (2009). Naquela data, havia apenas três semanas que o programa tinha estreado na Rede Aleluia, com transmissão direta da Rádio 99,3 FM, em São Paulo (SP) para todas as afiliadas e também com transmissão ao vivo e on line para a TV IURD (TV na internet). Trata-se de uma reconfiguração do modelo de rádio da forma que o conhecemos no século 20. “A estrutura das rádios interliga-se ao ciberespaço. A web deixou de ser apenas sinônimo de navegação em sites e, hoje, reconfigura vários meios de comunicação e o cinema. Ela ajuda a divulgar as emissoras de rádio e televisão, jornais e revistas” (ABDALLA, 2006, p. 38)

Como o programa não tinha nome, conforme o próprio Macedo respondeu à pesquisadora, adaptou-se um quadro que se chama *Mensagem de Fé com o Bispo Macedo* (que originalmente ia ao ar às 12h e 18h, com cinco minutos de duração), para nomear o programa. Macedo é acompanhado pelo Bispo Clodomir, considerado seu braço direito, tendo como convidados um casal a cada dia de programa, conforme ilustrações a seguir.



Figura 1



Figura 2

Numa referência ao Dia dos Namorados, Macedo enfatizou seu discurso durante toda a semana na benção especial que seria dada aos casais no domingo, dia 13 de junho (para os Católicos, Dia de Santo Antônio, Santo Casamenteiro) e, de segunda a sexta-feira, recebeu casais no programa que relatavam suas histórias de conversão à Igreja Universal e conseqüente sucesso na vida amorosa, familiar e financeira.



Dentro da programação, eram exibidas dramatizações que reconstituíam as histórias das pessoas que se converteram e também obtiveram sucesso em suas vidas. Na semana analisada, todas as dramatizações tinham como personagem principal mulheres que assumiam o papel de “narradoras eletrônicas” de suas histórias de conversão.

Para identificar qual o papel por elas protagonizado, optou-se pela classificação dos perfis femininos sugeridos nos discursos, enquadrados nos seguintes papéis: “a sacrificadora”, “a evangelizadora”, “a redentora”, “a submissa”, “a auxiliadora”, “a empreendedora”, “a bem sucedida”, “a afetuosa”, “a educadora”, “a provedora”, “a executiva”, “a profissional competente”; além dos sugeridos por Edir Macedo no livro *O Perfil da Mulher de Deus* (2002): “a temerosa”, “a sábia”, “a discreta”, “a virtuosa”, “a forte”, “a de fé”, “a trabalhadeira”, “a fiel”, “a sensata”, e “a de bons olhos”.

As narrativas de conversão começam contando como estas mulheres estavam infelizes e enfrentando dificuldades. Os termos mais utilizados são: “humilhada”, “derrotada”, “miséria”, “casamento destruído” e “vida financeira fracassada”. Depois, elas narram uma nova fase de “luta”, “perseverança”, “superação”, “força” e “fé” para finalmente concluir seus depoimentos utilizando palavras como: “venci”, “derrotei o inimigo”, “bem-sucedida”, “casamento restaurado”, “não me falta nada”.

Reunimos aqui trechos dos testemunhos ao vivo, começando pela segunda-feira, dia dedicado ao empreendedorismo dentro da IURD:

Eu passei muitas dificuldades, fiz faxina, tentava várias coisas e nada dava certo. Cheguei a ter a luz e a água cortadas, com duas crianças de colo. Fui ao fundo do poço. Minha vizinha me levou pra igreja e eu fui assistindo as palestras de incentivo, freqüentando os cultos, perseverando nas reuniões e as portas foram se abrindo. Comecei a vender motos e me destaquei como melhor vendedora. Daí pensei: por quê não trabalhar para mim mesma? Hoje tenho uma loja de motos, vou onde eu quero, compro o que quero, viajo. Estou no paraíso. Para mim as reuniões de segunda-feira são muito importantes. Hoje sou uma empresária bem sucedida, realizada e muito feliz. (SANDRA, 2011)

Na terça-feira, Edir Macedo convidou a esposa do Pastor Clodomir, Thaís, para estar presente no programa. “Dentro da IURD, as esposas de pastores devem auxiliar seus maridos e orientar as obreiras com problemas em suas vidas íntimas, comportamento com os maridos e problemas particulares”. (MACEDO, 2011)



Sou convertida há 23 anos e esse ministério é uma responsabilidade que Deus nos dá. Devemos sempre ofertar no altar para recebermos saúde e filhos saudáveis. Para mim, o Espírito Santo é o mais importante. (THAÍS, 2011)

Meu casamento está destruído. Tive uma infância difícil. Sofria de depressão, insônia. Meu negócio “tava” amarrado, não prosperava. Eu assistia os programas da igreja no rádio e na TV. Estava cansada, sofredora e comecei a buscar a Deus. Graças a esse Deus, minha vida mudou. (VALÉRIA, 2011)

Tudo na minha vida dava errado e eu não sabia porquê. Eu era rejeitada, tinha três filhos que não compensavam. Meu marido me traía. Começamos a perder tudo. Passei a não ter nada. Os familiares se afastaram. Ninguém me apoiou. Todos me criticaram. Queria me matar. Eu não gostava da IURD. Entrei na igreja de cabeça baixa. Aos poucos fui mudando, fui fazendo tudo o que o homem de Deus⁹ mandava. Fui ficando mais sábia, parando de falar sem pensar. Meu marido foi vendo minha mudança e se converteu também. (MARISA, 2011)

Com sete meses de casada minha vida virou um inferno. Chegava sexta-feira e ele sumia. Chegava de madrugada, bêbado, agressivo, fisicamente até. Todo final de semana era isso. Uma vez, quando eu “tava” grávida, ele chegou me agredindo, do nada, saiu me arrastando pelo cabelo até a sala, me chutando. Eu estava de camisola, com cinco meses de gravidez, pulei a janela e fugi para a casa de amigos nossos que moravam na mesma vila que a gente. Eram vizinhos. Fiquei com medo. Depois voltei pra casa, mas dormi na sala. No dia seguinte pensei que ele teria que ir embora. Ele acordou. “Tava” com as malas prontas. Eu estava assistindo TV. Ele disse: “eu vou embora senão vou acabar matando você”. Na TV, o caso era igual ao nosso. Ele assistiu comigo e quando acabou ele falou: “não é isso que eu quero. Vamos nesta igreja hoje”. Eu “tava” com olho roxo, hematomas nos braços. Chegamos humilhados, sentamos no fundo da igreja. O pastor ia falando e eu só chorava. Hoje ele é um homem transformado, bom pai, excelente esposo. Hoje eu sou uma nova criatura. Deus entrou na minha vida. Fiz muito sacrifício, mas valeu à pena. (GRAÇA, 2011)

Reunimos abaixo, trechos dos depoimentos gravados, dramatizados e editados, iniciando também pela segunda-feira:

Eu tinha meu próprio negócio, mas de uma hora pra outra começou a dar tudo errado. Ficou tudo amarrado. Perdi tudo: carro, casa, tudo. Tive luz cortada, água cortada. Por pouco não fui pra rua. Nesta hora ninguém me ajudou. A única porta aberta foi a Igreja Universal. Eu escutava o homem de Deus falar no rádio e quis conhecer a reunião de segunda-feira. Dei o sangue no altar, fiz a Fogueira Santa, fui fazendo tudo direitinho e consegui. Hoje conquistei muito mais que perdi. Tenho quatro lojas, vou abrir mais uma. Tenho carro, minha firma tem carro. Eu não tive medo de ousar. Hoje sou uma empresária bem sucedida. (SHEILA, 2011)

⁹ Homem de Deus: Pastor, segundo a IURD, ungido pelo poder do Espírito Santo para aconselhar fieis.



Tive uma infância difícil, de luta e miséria. Meu pai bebia muito e manifestava com demônio dentro de casa, de madrugada. Ele ameaçava, batia. Eu e minha mãe assistíamos a programação da Universal e fomos pedir ajuda na igreja. Quando eu conheci meu marido, eu só aceitei sair com ele se ele fosse comigo na igreja primeiro. Ele ia, mas não apreciava. Ficou lá uns tempos e depois ficou afastado. Eu perseverei mas ele não. Nesta época chegamos até a ficar separados. Depois que ele voltou para a igreja, eu reatei meu casamento com ele. (LUCINÉIA, 2011)

Da noite para o dia nenhum cliente me pagou mais. Minha empresa foi assaltada, bati o carro, não tinha mais saída. Tentei o suicídio, fui ao fundo do poço. Fiquei com depressão, sem vontade de trabalhar. Eu que tinha um padrão de vida alto, da noite para o dia fiquei sem condição para mais nada. Fiquei sabendo do congresso empresarial e resolvi ir. Aquilo foi uma injeção de ânimo na minha vida. Conquistei tudo de novo com muita luta: carro, casa; mais até do que eu tinha antes. (FABIANA, 2011)

A gente pegou a nossa moto, a jóia que meu marido tinha, junto com as coisas que a gente tinha dentro de casa e vendemos tudo. Colocamos dentro de um envelope. Quem me mandou fazer isso foi Deus. Em pouco tempo conseguimos trocar de carro, pegamos um conversível, compramos um apartamento duplex e nosso casamento se tornou abençoado. Nosso sacrifício foi reconhecido. (CLÁUDIA, 2011)

Eu só conhecia homens que não prestavam. Achava que eu não seria feliz nunca em um casamento. Até que comecei a acompanhar os programas da IURD e resolvi frequentar a igreja. Nos cultos e na Terapia do Amor conheci um homem maravilhoso e nos apaixonamos. Eu tinha muito afeto para dar e não tinha para quem. Agora eu tenho. Graças a IURD conheci um homem maravilhoso que me faz muito feliz. (ROSA, 2011)

Para confrontar os modelos identitários dessas narradoras eletrônicas, estabelecemos uma comparação entre os testemunhos ao vivo e as dramatizações gravadas e editadas exibidas durante a programação, conforme quadro abaixo:

Testemunhos ao vivo		Gravações editadas	
Sandra	Mulher de atitude Empresária bem sucedida	Sheila	Corajosa Empresária bem sucedida
Thaís	Auxiliadora	Lucinéia	Evangelizadora Redentora
Valéria	De fé	Fabiana	Empresária
Marisa	Sábia	Cláudia	Sacrificadora
Graça	Sacrificadora	Rosa	Afetuososa



É possível perceber que há uma congruência entre os depoimentos e os temas a serem enfocados nos cultos religiosos, de modo que a programação radiofônica convida e convence a audiência a conhecer o trabalho da Igreja Universal do Reino de Deus. Fundamentada na Teologia da Prosperidade, há um cuidado especial em mostrar depoimentos de sucesso financeiro ligados à conversão religiosa, como quem oferece um passaporte para a felicidade.

Considerações Finais

Este estudo contribuiu para revelar que o discurso iurdiano é ambíguo para as mulheres: ora as aproxima ao espaço doméstico, ora as incentiva a participarem do setor econômico. No espaço doméstico fica claro que o modelo construído ou reforçado é da mulher disposta a fazer qualquer tipo de sacrifício para manter a união e a felicidade familiar, através de sua sabedoria e da fé em Deus. No campo profissional, a análise esclarece que o discurso reforça uma independência financeira baseada no empreendedorismo, desde que não “abandone” sua família. Portanto, são múltiplas essas identidades, num constante processo de negociação simbólica que as fieis-ouvintes estabelecem com as mensagens disponíveis, dependendo da forma que se apropriam delas.

Embora seja possível perceber uma flexibilização nas questões de gênero em relação a outras denominações evangélicas, o modelo de mulher presente nas narrativas não revela uma autonomia feminina. Além disso, o discurso reforça a conservação de valores ligados à família tradicional. Ou seja, o homem continua sendo o “cabeça da família”. À mulher cabe o papel de administrar a casa, cuidar do marido e dos filhos, evangelizar os familiares e contribuir para a prosperidade financeira da família. Portanto, às mulheres ainda são atribuídas as duplas ou triplas jornadas de trabalho.

Referências bibliográficas

- ABDALLA, Clarice. As novas possibilidades do rádio na era da comunicação digital. In: **Contemporânea**. N° 6, 2006.1. p. 37 – 46. Disponível em <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_12ex/contemporanea_n6_03_clarice.pdf> Acesso em 07 de julho de 2011.
- BARTHES, Roland. A análise estrutural da narrativa. [Et all] Trad: Maria Zélia Barbosa Pinto; introdução à edição brasileira por Milton José Pinto. 6. Ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- BUDKE, Sidnei. **Mídia e Religião: Das peregrinações ao universo das telecomunicações**. Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia Volume 08, set.-dez. de 2005.



CAMPOS, L. S. **Teatro, Templo e Mercado: Organização e Marketing de um Empreendimento Neopentecostal**. Petrópolis, Editora Vozes, 1997, p.439.

_____. Cultura, liderança e recrutamento em organizações religiosas – o caso da igreja Universal do reino de Deus. In: **Organizações em Contexto**, Ano 2, n. 3, junho 2006. Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/OC/article/view/1319/0>> Acesso em 26 de junho de 2010.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. 2a ed., V.2, São Paulo: Paz e Terra, 1999.

EDWARD, José. **Revista Veja** nº 1758, de 03 de julho de 2002.

FONSECA, Alexandre Brasil. **Mídia, religião e política: a evangelização da campanha presidencial**. p. 186 – 206. In: Logos: comunicação e universidade. - Vol. 1, n. 1. Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social, 1990.

FRESTON, P. **Protestantismo e política no Brasil**. Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Campinas: UNICAMP, 1993.

GANCHO, Cândida Villares. **Como analisar narrativas**. 9. Ed. São Paulo : Ática, 2006.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 11a ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. A construção da identidade nacional e as identidades regionais no rádio brasileiro (o caso gaúcho). Conferência proferida na Sessão Plenária inaugural do VI Lusocom, em 21 de abril de 2004, subordinada ao tema “Comunicação e Identidades”. Disponível em <<http://www.livroslabcom.ubi.pt>> Acesso em 14/11/2009.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001

MACEDO, Edir. **O Perfil da Mulher de Deus**. Rio de Janeiro, Editora Gráfica Universal, 2002

MACHADO, Maria das Dores Campos. Representações e relações de gênero nos grupos pentecostais. In: **Estudos Feministas**, Florianópolis, 13(2): 387-396, maio-agosto/2005.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: Sociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 2005.

PIMENTEL, Fernanda da Silva. Psiquê nos Domínios do Demônio – um olhar sobre a relação entre exorcismo e cura em um grupo de mulheres fieis da Igreja Universal do Reino de Deus. In: **Revista de Estudos da Religião**. Nº 2 / 2005 / pp. 22-34.

REDE ALELUIA. Disponível em

<<http://www.redealeluia.com.br/unideia/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=14>> Acesso em 30 de junho de 2011.

REUTER, Yves. **A análise da narrativa: o texto, a ficção e a narração**. Trad. Mario Pontes. 2ª Ed. Rio de Janeiro : DIFEL, 2007.

ROCHA, Penha. **O Império Midiático da Igreja Universal do Reino de Deus: reflexões e análises das estratégias de comunicação da IURD**. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília, 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0611-1.pdf>> Acesso em 11 de junho de 2010.

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 6a ed., Petropolis: Vozes. 2000.

TUCHMAN, G. A Aniquilação Simbólica das Mulheres. In: SILVEIRINHA, M. J. (Org.). **As mulheres e os media**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

VATTIMO, G. **O fim da modernidade**. SP: Martins Fontes, 1996

Veja. **A força do Senhor**. Nº 1758 - 3 de julho de 2002 – p.95.