

O uso da mídia televisiva como extensão do templo religioso: um estudo sobre o programa *Lares de Paz*¹

Alan Soares BEZERRA²

Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO³

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

RESUMO

O presente trabalho deriva da pesquisa de conclusão do curso e aborda a interface mídia e religião, discutindo a midiática religiosa na sociedade contemporânea através da corrente neopentecostal da INSEJEC (Igreja Nacional do Senhor Jesus Cristo), tomando como eixo de observação o programa *Lares de Paz*, exibido pela TV Borborema de Campina Grande, afiliada do SBT. A metodologia do estudo contemplou uma análise de conteúdo do referido programa e entrevistas. Os resultados do estudo ratificam a modernização religiosa vivenciada pelo neopentecostalismo e permitem verificar que os princípios doutrinários via mediação televisiva configuram uma importante estratégia de evangelização e divulgação religiosa.

PALAVRAS-CHAVE: Midiatização religiosa; Neopentecostalismo; INSEJEC; Programa *Lares de Paz*.

Introdução

O processo de midiática que perpassa a sociedade contemporânea promove uma visibilidade dos referenciais simbólicos religiosos, constituindo uma nova ambiência permeada pela presença incisiva da mídia. Na esfera televisiva, isso pode ser percebido com mais ênfase, pois a propagação de diferentes crenças em diferentes suportes: programas, novelas, reportagens especializadas amplia o debate e institui uma outra percepção do campo religioso na sociedade. É nessa perspectiva que os vínculos e os pertencimentos são profundamente influenciados pelos conteúdos dos meios, que realizam, ao seu modo, diferentes apologias de divulgação religiosa. Para favorecer a compreensão desse processo, Fausto Neto (2008) cita Sodré, que explica essas estratégias como “uma ordem de mediações socialmente realizadas, no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação” (SODRÉ⁴, 2008, p.21).

Para adentrarmos nesta realidade, tomamos como ponto de partida a Visão Celular no Governo dos Doze, através da INSEJEC (Igreja Nacional do Senhor Jesus Cristo), entendida a priori como uma ferramenta de crescimento sistemático das igrejas, utilizada

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social -UEPB, email: alan.pb@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Educação. Professora Titular do Curso de Comunicação Social-UEPB. email: nadia@terra.com.br

⁴ *Apud* FAUSTO NETO (2008), P.21.

para aumentar o número de instituições filiadas a essa metodologia de agregação de fiéis, inerente ao fenômeno da modernização religiosa que a sociedade vivencia. Em Campina Grande, tal estratégia é adotada com êxito através do programa televisivo intitulado Lares de Paz, que propaga esse pensamento.

Diversas igrejas neopentecostais e até mesmo pentecostais têm aderido à Visão Celular em busca de crescimento doutrinário. No caso aqui apresentado, a abordagem do G-12 centra-se na igreja mencionada, criada no Brasil em 1994 por uma das pastoras pioneiras, Valnice Milhomens Coelho, que possui representação em Campina Grande – PB⁵, a qual pertencemos há 15 anos. Assim, a proposta deste estudo surgiu de nosso interesse pelo universo religioso e pela vivência da fé protestante, fato que motivou a pesquisa de conclusão de curso. Segundo Edgar Morin, devemos aproximar a ciência da vida e das nossas práticas cotidianas.

Nessa conjuntura, a INSEJEC trabalha metodologicamente com a Visão Celular e o G-12, ou seja, grupos de evangelismo para novos adeptos e grupos de líderes para treinamento constante com os mais antigos. Frente a isso, esobretudoconsiderando o contexto da midiatização no campo religioso, o objetivo central do trabalho consistiu em investigar as razões da transmissão do programa semanal Lares de Paz em Campina Grande, veiculado pela TV Borborema, afiliada do SBT.

Metodologia do Estudo

Quem poderia imaginar Igrejas rompendo o alcance geográfico das quatro paredes e indo além de fronteiras político-administrativas, adotando parcerias com os meios de comunicação de massa, que já foram considerados um dia “coisas do diabo”? Hoje, denominações religiosas são organizadas como verdadeiros empreendimentos empresariais, sendo detentoras de um forte capital financeiro alinhado ao determinante capital simbólico. Modernização nos cultos, interatividade e altares televisivos tornaram-se termos comuns ao Neopentecostalismo⁶ na década de 70, consequência da convergência midiática que foi intensificada no início do século XXI.

Nessa perspectiva, na qual o “dispositivo comunicacional é tomado como instrumento e/ou suporte, devidamente naturalizado, e não como um desafio conceitual que

⁵ Situada na Avenida Manoel Tavares, 1400, Alto Branco, Campina Grande.

⁶ Neopentecostalismo é o termo utilizado para caracterizar o último momento de despertar espiritual das igrejas protestantes. E como resultado disso, surgiram várias igrejas com novas doutrinas e características administrativas com inserção das mídias para propagação de seus ensinamentos. Esse movimento ocorreu a partir da década de 1980, e como grande marco no Brasil têm-se a Igreja Universal do Reino de Deus.

hoje enfrentam as práticas midiáticas dos diferentes campos sociais” (GOMES, 2008, p.20⁷), a revisão bibliográfica efetuada do estudo baseou-se no modelo teórico-mediativo da comunicação, paradigma fundamentado nas proposições dos Estudos Culturais e que parte de dois pressupostos:

- 1º que os *meios de comunicação* não fizeram do ser humano um ‘homem unidimensional’, retrato acabado de um *receptor* passivo e alheio à sua própria realidade;
- 2º a prova de um ‘desconhecimento’ de um processo de intenso comércio de intenções, envolvendo ambos os polos da cadeia comunicacional (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 147).

A percepção das mediações surgiu assim como categoria-chave para a compreensão dos polos do nosso interesse: a mídia e a religião. Martín-Barbero (2003) define a ação de *mediar* como:

Fixar entre duas partes um ponto de referência comum, mas equidistante, que a uma e outra faculte o estabelecimento de algum tipo de inter-relação. Mediações são estratégias de Comunicação. Pelas mediações de que participa, o ser humano representa a si próprio e àquilo que se passa em seu entorno fazendo com que ocorra uma positiva produção de *sentidos*, a serem propostas e transacionadas, e, finalmente, partilhadas (MARTÍN-BARBERO CITADO POR POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 148).

Tendo a ação da mediação comunicacional como eixo do raciocínio, a pesquisa bibliográfica referente ao campo da Comunicação e Religião, sociedade e cultura incorporou também documentos próprios da Visão Celular no Governo dos Doze, publicados no Brasil pela Palavra da Fé Produções LTDA e utilizados na chamada “Escola de Líderes”, que funciona como centro de treinamento de novos discípulos do G12. Severino (2007) afirma que essa exploração teórica visa aprofundamento da realidade desejada e “ocorre a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou categorias já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados” (SEVERINO, 2007, p.122).

Desenvolvidas as etapas – revisão bibliográfica e pesquisa na internet – realizamos uma pesquisa de campo à INSEJEC-CG e desenvolvemos uma entrevista com a pastora Rivanda Alves da Silva, a fim de nos aproximarmos com o contexto da mediação televisiva. Duarte (2011), ao se posicionar sobre esse procedimento, expõe que sua adoção “permite identificar as diferentes maneiras de perceber e descrever os fenômenos” (DUARTE, 2011,

⁷Apud FAUSTO NETO, Antônio. et al. **Midiaticização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.

p. 63⁸). Assim, realizamos esse contato no dia 19 de setembro de 2012. Após a entrevista, procuramos conhecer o processo de apresentação do programa, conhecendo as motivações de sua idealização até a materialização propriamente dita, quando foi ao ar com a proposta de representar a INSEJEC na Paraíba.

Uma *análise de conteúdo* (AC) de um dos programas foi realizada com o intuito de “compreender criticamente o sentido manifesto e/ou oculto das comunicações” (SEVERINO, 2007.p.121). Essa análise possibilitou um tratamento aprofundado das informações, fazendo referência à simbologia apresentada na edição selecionada para observação. A edição escolhida foi ao ar no dia 15 de setembro de 2012, cujo conteúdo reúne uma palavra apostólica e uma reportagem especial, dando-nos uma ideia da ação doutrinária do referido programa.

A mediatização e a possibilidade de um novo espaço nas relações religiosas

Os processos de mediatização atuam sobremaneira nas relações dos sujeitos com os meios, quando demarcam uma sociedade cuja lógica de interações é influenciada pelos conteúdos divulgados pela mídia. Uma de suas interfaces pode ser percebida quando observamos a dinâmica do campo religioso atual.

Na concepção de Gasparetto (2011), a mediatização é entendida como:

Fenômeno técnico-social-discursivo pelo qual as mídias se relacionam com outros campos sociais, afetando-os e por eles sendo afetados, segundo se entende as mídias não apenas como foco, mas como campo de operações e, ao mesmo tempo, constituídos por dispositivos que tratam de organizar e reger, segundo certas competências, as interações entre os campos sociais (GASPARETTO, 2011, p. 16).

E ainda completa:

A técnica, como fenômeno organizador das práticas sociais, passa a redesenhar os modos de ser dos campos e, conseqüentemente, reorganiza o campo religioso. Pela sua ampliação faz com que parte das práticas do religioso se veja projetada nas suas conformações (GASPARETTO, 2011, p. 15).

Segundo esse raciocínio, os meios não são apenas meios, e sim, processos, que carregam em suas mensagens intencionalidades discursivas que alcançam o grande público influenciando suas posturas e pensamentos. Essas ferramentas comunicacionais forjam assim uma espécie de *habitus religioso* que, de acordo com Martino (2005), começa desde a chegada do indivíduo na instituição religiosa fazendo com que tais mediações trabalhem “em assegurar a educação em distintos níveis visando permitir uma socialização em

⁸Apud DUARTE; BARROS. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ed. São Paulo: atlas, 2011.

momentos distintos da trajetória social” (MARTINO, 2005, p.83). Tendo essa etapa realizada está pronto o “agente social” de tal instituição religiosa, que fará parte de uma comunidade de pertencimento, e que por sua vez, como resultante de uma sociedade mediatizada, será “habilitado” a agir em sociedade como multiplicador desse processo.

O agente social, de acordo com Martino (2005), irá propagar a interiorização dos princípios pregados pelas instituições religiosas, de tal modo que passa a viver de acordo com o que lhe foi inculcado, sutilmente, numa ação que muitas vezes nem é percebida.

Sobre comunidades de pertencimento, nos apoiamos no entendimento de Gasparetto (2011) ao afirmar que:

É um efeito de agenciamento de operações de discurso apropriadas pelo espaço religioso, que ao fazer um intenso uso das tecnologias, em forma de meios institui novas interações com o universo dos fiéis, convertendo-os em atores de suas práticas (GASPARETTO, 2011, p. 14).

Imbuídas de tal responsabilidade, várias comunidades de pertencimento salientam as engrenagens da sociedade da mediação no campo religioso. Analisando esse processo, Fausto Neto (2011)⁹ expõe:

Na ‘sociedade da mediação’, é o intenso desenvolvimento de processos e protocolos de ordem técnica, associado à existência de potenciais novos mercados, inclusive discursivos, que vão redesenhando a organização, a natureza e qualidade dos vínculos sociais, submetendo-os a uma nova ambiência estruturada em torno de fortes dimensões tecnodiscursivas comunicacionais. Tecnologias são convertidas em meios de interação e redefinidoras de práticas sociais, ou incidem diretamente sobre os regimes da discursividade, submetendo diferentes campos sociais às novas lógicas e processos de enunciabilidade. Esse novo cenário de interação produz rupturas, mas também a necessidade de dispositivos, que re-instalem novas formas de contato. Nele, as mídias não são apenas meios, mas um amplo ambiente, e assim se transformam em dispositivos, espécie de ‘sistema’ regulador que, através de suas próprias auto-operações, realizam o funcionamento de um novo tipo de trabalho de registro do simbólico (FAUSTO NETO *apud* GASPARETTO, 2011, p. 127/8).

Nessa perspectiva, emerge a secularização nas discussões voltadas à comunicação e campo religioso, numa disputa de ideologias. Gasparetto (2011), tendo por base Berger (1985), afirma que “a secularização é um processo pelo qual setores da sociedade e da cultura passam a disputar o poder das instituições e símbolos religiosos” (GASPARETTO, 2011, p. 28).

Diante disso, há um revestimento das instituições religiosas que se tornam sensíveis à secularização, desenvolvendo estratégias subliminares na conquista de novos

⁹ *Apud* GASPARETTO, 2011.

adeptos e manutenção dos existentes. Daí, o entendimento de que para determinando programa ir ao ar não ocorre a simples transmissão por uma emissora de televisão, mas sim uma mobilização de princípios ideológicos alinhados a uma linguagem de sedução, que, mediante as práticas televisivas, ganham espaço na cena de propagação da fé. Tudo isso confere às igrejas uma nova atuação discursiva:

As igrejas estruturam suas estratégias em torno de ofertas discursivas midiáticas que respondam às necessidades do aqui e agora, que procurem uma forma mágica de resolver problemas das pessoas, onde a beleza substitui a verdade; a doutrina, a moral; e o compromisso, o contexto; a oratória racional e os objetos são ressignificados em uma nova dimensão de pertença a uma ‘comunidade concreta’ (GASPARETTO, 2011, p. 29/30).

É nessa conjuntura que “o impacto de uma emissão na televisão não acaba no seu final” (GASPARETTO, 2011, p. 42), mas é apenas uma das etapas do processo de convencimento do telespectador na busca de sua atração ou possível conversão. Desse modo a igreja e a TV desenvolvem “estruturas, agenciamentos e pontos de vinculação, em que eles têm autonomia para produzir suas tessituras, mas que seguem também prescrições que vêm de outros campos” (GASPARETTO, 2011, p. 72).

Assim, de um lado as instituições religiosas produzem suas mensagens e de outro, os telespectadores consomem, assemelhando-se o processo ao capitalismo e sua lei da oferta e da procura. E, nesse sentido, Martino (2005) assinala que “a mídia religiosa é um instrumento por excelência de difusão de doutrinas religiosas” (MARTINO, 2005, p. 85), e Gasparetto (2011) completa: “a relação religião-televisão tem sido atravessada por operações discursivas que trazem à tona as emoções do mundo da vida” (GASPARETTO, 2011, p. 80). Isto é, o cotidiano social *vivido*, lembrando as teses habermasianas, é reproduzido nas relações midiáticas, nas quais a fé também se torna produto oferecido para marketing e consumo.

As práticas televisivas, tendo por base os estudos de Gasparetto (2011), sobre a midiatização na religião¹⁰ geram: **adesão**, cujo objetivo é “chamar as pessoas a fazerem parte da comunidade pertencimento”; a **socialização** que visa “construir a comunidade (...), pois o tempo televisivo impõe suas normas, dando a sensação de que os fiéis se sintam como se estivessem acompanhando a celebração presencial”; o **treinamento**, que é construído “dentro da comunidade por meio da exposição dos fiéis com as tecnologias de comunicação” e ainda estabelece que “as pessoas sejam capazes de operar tecnologias e produzir seus próprios produtos”; a **exposição**, que tem como base mostrar o trabalho da

¹⁰ Aqui damos uma ressalva ao fato de que os estudos do autor contemplam o campo religioso católico.

instituição e “os fiéis, por meio do dispositivo televisivo são incentivados a dar seus depoimentos”, o que encontramos facilmente no programa *Lares de Paz*, no quadro “Testemunho de Restauração”; os **rituais presenciais**, que além de mostrar os ritos “fazem surgir efeitos de pertença nos telespectadores”; a **comercialização** que tem como objetivo garantir “a prosperidade para aqueles que colaboram com a comunidade”; o **consumo**, que tem por ideal “construir uma comunidade por intermédio dos bens simbólicos (...) por meio da compra de produtos”; e a **visibilização**, que consiste na exibição do que foi feito com os investimentos recebidos, claro, se houver essa necessidade (GASPARETTO, 2011, p. 138 a 140). Todos esses artifícios, utilizados de maneira conjunta ou não, contribuem na produção de conteúdos intencionais, sobretudo na esfera da religiosidade.

Uma ratificação merece ser posta aqui sobre o que até agora viemos trabalhando no que concerne à midiaticização. Ela é resultante da modernização da religião, da necessidade que esta possui para que continue existindo na sociedade. “A inserção da religião num meio massivo de comunicação como a televisão se relaciona com uma redefinição nos ‘modos de fazer’ religião e de assumir uma identidade religiosa, fenômeno que bem pode estender-se em todo o panorama brasileiro” (GASPARETTO, 2011, p. 115).

Diante do exposto, para o neopentecostalismo, a midiaticização torna-se um combustível interessante na constituição de “Lares de Paz”, como extensão dos Templos, concretizando a ideia de “altares televisivos”, embora criados a partir dos dispositivos midiáticos utilizados para sua transmissão.

Na televisão, as chamadas para os eventos promovidos pelas igrejas, além dos momentos destinados aos avisos dos cultos, voltados anteriormente apenas para os integrantes daquele círculo religioso, ganharam vinhetas sofisticadas semelhantes às aquelas dos lançamentos dos filmes norte-americanos: abusam de cores fortes, sons de alto impacto e mensagens com evidente teor emotivo, além de também realizarem seus convites para todas as classes sociais, níveis econômicos e alcance do sinal da emissora que transmite esses conteúdos. Essa descrição é parcial e apenas ilustra como o “fazer religião” mudou nos últimos tempos, em razão da sociedade midiaticizada. Existe, desse modo, um trabalho para o convencimento do público, iniciado ou não nas questões do universo simbólico religioso.

Lares de Paz: uma proposta de restauração familiar na sociedade midiaticizada

O programa *Lares de Paz*, objeto de nosso interesse, é produzido com o ARTCOM Estúdios Digitais, visando propagar lições relacionadas ao âmbito da igreja, mas tendo a qualidade de imagem como meta de atração da audiência. É uma produção recente. Estreou no primeiro semestre desse ano na TV Borborema, emissora filiada ao Sistema Brasileiro de Televisão – SBT, que cobre do agreste ao alto sertão do estado da Paraíba, podendo alcançar quase dois milhões de telespectadores. É exibido todos os sábados com duração de vinte minutos, começando às 8h:40min.

Para esta análise de conteúdo temático, nossa atenção se volta para a edição do dia 15 de setembro de 2012, em que são abordados assuntos como o papel do pai na família, uma reportagem especial sobre o Congresso Nacional de Jovens que aconteceu na Igreja e a agenda das atividades da referida denominação religiosa.

Em entrevista concedida para fins de pesquisa, realizada no dia 19 de setembro, a apóstola Rivanda Alves da Silva explicou que o nome do programa não foi uma criação dela, pois representa uma cópia de um projeto já realizado em Curitiba-PR: “Então, eu peguei o nome, já que o programa ia ser direcionado às famílias e ia chegar nas casas, era um evangelismo (...) inclusive, várias cidades estão com esse nome para trazer a sugestão dos grupos (células) entrarem em cada família trazendo a paz” (Entrevista – 19/09/12).

Em Campina Grande, a proposta do *Lares de Paz* deu-se pela necessidade que os discípulos em treinamento na Escola de Líderes tinham na abordagem familiar. Segundo a apóstola, que ensinava no Nível I do treinamento, um trimestre era pouco para essa temática e isso a estimulou a abrir uma escola de casais e posteriormente materializar o programa através de um casal de alunos que estudaram os *Princípios de Deus para a Família*¹¹.

Dois quadros compõem a atração religiosa: *Palavra Apostólica* e o *Testemunho de Restauração* – esse último é alternado a cada edição, devido a algumas reportagens especiais – além da exibição da agenda de atividades da INSEJEC e trechos dos cultos que aconteceram no templo físico. A presidente da igreja ressalta que foi de maneira natural que esses quadros foram sendo efetivados e incorporados pelo programa, com o objetivo de convidar as pessoas a irem para a igreja em razão das discussões apresentadas aos sábados.

O eixo central das discussões volta-se à família, porém, é resultante de uma resposta às necessidades daqueles temas oriundos do treinamento da visão celular e que, posteriormente, originam células evangelísticas. Rivanda Alves esclarece:

¹¹Nome dado à Escola de Casais que acontece todos os domingos pela manhã no templo da INSEJEC-CG.

– Tudo isso surgiu com a Escola de Líderes. Porque nessa escola, nós temos o objetivo de “formar” pessoas para liderarem uma célula, para evangelizar. Então, é necessário aprender como fazer isso, como entrar em uma casa, trabalhar no caráter, para você aprender a respeitar as pessoas e não agredi-las com o evangelho. Então, o que foi que me chamou a atenção? A dificuldade das pessoas de serem espontâneas, de entrarem nas casas, e organizar uma célula por ficarem inseguras com os seus problemas. E esses problemas profundos estavam nas estruturas das famílias e nos relacionamentos. Então, com isso, eles começavam a fugir da possibilidade de liderar uma palavra que estavam confrontando eles mesmos, mostrando alguns problemas que eles não resolviam. Esse tema da escola, essa permanência e o programa são justamente para ajudar as pessoas a voltar sua identidade a Deus, porque Deus é o autor da família. E quando a gente volta cria essa identidade, a gente alinha, se organiza, se perdoa, se restaura, e fica pronto para ajudar os outros (Entrevista – 19/09/12).

Esse trecho revela o que Martino (2005) afirma: “a mídia religiosa se serve de temas da definição da temática pública e temas institucionais, coletivos ou individuais” (MARTINO, 2005, p. 96). Nessa perspectiva, o autor divide em três partes a mídia religiosa. Contudo, salientamos que na edição do programa *Lares de Paz* essa caracterização é híbrida:

A maior parte dos assuntos da mídia religiosa refere-se a temas e acontecimentos relativos à instituição religiosa à qual pertence a mídia. Os vetores que orientam a definição da temática institucional podem ser subdivididos em três grupos principais: em primeiro lugar, as atividades da instituição, de rotina e extraordinárias. Os cultos, os ritos de iniciação, as atividades pedagógicas de difusão da doutrina, as obras, as realizações – não somente espirituais, mas também materiais – da instituição são divulgadas como prova da legitimidade de suas ações. Em segundo lugar, as normas de conduta. O comportamento sugerido, requisitado ou até exigido pela instituição é apresentado através de casos concretos (de mais fácil percepção) ou de regras abstratas aplicáveis a todos os casos por elas previstos. Os editoriais, via de regra escritos pelos profissionais da religião, são o espaço mais usual para a explicação das normas religiosas. Em terceiro lugar, as explicações doutrinárias e o desenvolvimento de questões referentes à teologia desta ou daquela instituição tem na mídia impressa um espaço privilegiado de divulgação (MARTINO, 2005, p. 98).

A abertura do programa *Lares de Paz* transmite informação. A música trata de restauração familiar, atrelada a cenas de um casamento na estrutura clássica (homem e mulher), além de fragmentos da Festa dos Tabernáculos¹². Esses momentos visam expor as possíveis condições para “a paz nos lares”. Vale salientar que a imagem final é paralisada no pano de fundo do estúdio, na qual se vê uma família à mesa, orando, reunida.

¹²Festa de origem judaica que é realizada na Igreja anualmente durante um final de semana do mês de outubro, e que tem como mensagem central a temporalidade do ser humano na Terra e sua capacidade de ser eterno depois da “passagem” – morte para um mundo espiritual.

Relato de uma observação sobre a igreja na TV

Estruturado com uma chamada dos assuntos a serem abordados, dois intervalos para a palavra apostólica e uma reportagem especial, o programa *Lares de Paz* do dia 15 de setembro de 2012 foi intitulado “*O amor de Deus e a representação do Pai na família*”.

As referências bíblicas mencionadas pela apóstola foram as seguintes: Gênesis capítulo 8 versículos 20 e 21¹³, Gênesis capítulo 12 versículo 3¹⁴, Jó capítulo 1 versículo 3¹⁵, Josué capítulo 24 versículo 15¹⁶, e, Zacarias capítulo 12 e os versículos de 10 a 14¹⁷. Os trechos selecionados trazem à tona a figura de pais decidindo fases importantes de suas famílias. Com esse foco, a pastora cita a frase do estudioso de temas familiares – Joel Becker – que diz “*Assim como vai o lar, vai a igreja e a nação*”. Partindo disso, a apóstola Rivanda ressalta que esse tema tem sido uma preocupação recorrente entre diferentes especialistas no mundo, justificando a relevância do debate que seria levado ao ar.

A líder da denominação expõe o amor de Deus, a paz que Ele promove, a posição paterna e sua representação dentro de um lar. Para ilustrar esse amor manifesto, é utilizada a figura do sacrifício, base para o cristianismo – a morte de Jesus Cristo – argumentando que provar da paz depende de um encontro pessoal com a figura de Jesus. Assim, é necessário à confissão a Ele como Senhor e Salvador – o que marca a entrada das famílias no protestantismo. Explicado esse processo, a pastora defende a restauração da figura paterna na conjuntura familiar como o próximo passo necessário para legitimação da fé.

Utilizando-se da cultura judaica como referencial, ela diz que cabe ao pai ser o representante da família na adoração (busca) e na comunhão (relacionamento) com Deus. Salienta que esta tarefa implica que o representante precisa ter as mesmas atribuições do

¹³“Depois Noé construiu um altar dedicado ao Senhor e, tomando alguns animais e aves puros, ofereceu-os como holocausto, queimando-os sobre o altar. O Senhor sentiu o aroma agradável e disse a si mesmo: ‘Nunca mais amaldiçoarei a terra por causa do homem, pois seu coração é inteiramente inclinado para o mal desde a infância. E nunca mais destruirei todos os seres vivos como fiz desta vez’.

¹⁴“Abençoarei os que o abençoarem e amaldiçoarei os que o amaldiçoarem; e por meio de você todos os povos da terra serão abençoados”.

¹⁵“Quando os sabeus os atacaram e os levaram embora. Mataram à espada os empregados, e eu fui o único que escapou para lhe contar”.

¹⁶“E o povo disse a Josué: ‘Serviremos ao Senhor, o nosso Deus, e lhe obedeceremos’.

¹⁷“E derramarei sobre a família de Davi e sobre os habitantes de Jerusalém um espírito de ação de graças e de súplicas. Olharão para mim, aquele a quem transpassaram, e chorarão por ele como quem chora a perda de um filho único, e se lamentarão amargamente por ele como quem lamenta a perda do filho mais velho. Naquele dia muitos chorarão em Jerusalém, como os que choraram e Hadade-Rimom no vale de Megido. Todo o país chorará, separadamente cada família com suas mulheres chorará: a família de Davi com suas mulheres, a família de Natã com as suas mulheres, a família de Levi com suas mulheres, a família de Simei com suas mulheres, e todas as demais famílias com as suas mulheres”.

que vai ser representado. Em outras palavras, expressa que o pai é o exemplo a ser seguido nos lares, daí a sua grande responsabilidade na condução dos valores familiares.

A pastora expõe que um lar feliz depende de que o pai e a mãe vivenciem uma experiência com Deus. Chama a atenção para que os pais façam a diferença em suas vidas, praticando o que estão ouvindo, evitando serem pais materialistas e ausentes. “A experiência com o amor de Deus é algo urgente”, salienta Rivanda Alves, afirmando que as famílias hoje precisam reavaliar seu papel e desenvolver uma mudança em direção à fé. Segundo ela, o alicerce das famílias modernas é o alimento espiritual, cada vez mais urgente. Observa-se que o seu discurso pretende alertar os pais para o fortalecimento dos filhos na vivência cristã.

Percebemos, através do discurso da pastora, que a televisão irá desempenhar um papel semelhante ao que Oliveira (2011) defende: organizador e formulador. O viés da norma de conduta assume valor doutrinário e institucional, conforme nos elucida Martino (2005). Porém, queremos acrescentar que esse padrão atende a características do modelo teórico-mediativo da comunicação que defende os meios de comunicação como instâncias que propõem para o público dispor. Segundo Martín-Barbero, o filtro mediador que tem a igreja como protagonista pode ser o institucional (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 149).

Para compreensão mais ampla desse modelo, Polistchuck e Trinta (2003) dizem que

Martín-Barbero propôs que se observasse o espaço (de natureza simbólica ou representativa) que medeia entre **fonte emissora** e **destinatário**. Nesse intervalo, preenchido pela **mensagem**, encontram-se múltiplas variáveis, fazendo com que a **mensagem** intencionada e emitida pelo **emissor** possa não vir a ser mesma captada e recolhida pelo **receptor**. Sendo assim, os **meios de comunicação** e a Kulturindustriepropõem e o público, em seus vários segmentos constitutivos dispõem (POLISTCHUK, TRINTA, 2005, p.147 – grifos nossos).

A partir daí, ocorrem o que conhecemos como mediações: “são ‘filtros purificadores’ ativamente interpostos entre sujeitos de um processo de comunicação” (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p.148). Nesse sentido, o público decide o que deseja receber, assumindo papel ativo na interpretação e seleção desses conteúdos, ainda que a TV exerça seu papel na influência de pensamentos e posturas.

Outro aspecto a ser destacado na edição selecionada, é o enfoque das “quebras de maldições e a expulsão de demônios” que caracterizam os rituais do neopentecostalismo. A apóstola diz que famílias libertas do orgulho, da soberba e da rejeição serão curadas pelo amor. Mas, para a efetivação dessa “cura”, é necessário um encontro com o amor, que por

sua vez promova a paz e que essa manifeste a posição paterna com eficácia. De acordo com Siepierski (2003), os rituais do neopentecostalismo são próximos das religiões populares, possuindo apelos à emoção, apresentação de ritos de possessão, participação e manifestação de uma fé coletiva de adoração e clamor. Os neopentecostais defendem a inerrância do texto bíblico, espetacularizando, em muitos casos, os seus discursos. Ainda nessa perspectiva, a pastora lembra que a falta de identidade dos filhos para com seus pais, a adoração ao corpo, o materialismo, e rejeição ao amor de Deus são decorrentes de faltas familiares: das companhias, dos relacionamentos, do amor, ou até mesmo das figuras maternas e paternas, atribuindo ao núcleo familiar a missão de educar para a fé.

Nos momentos finais da palavra apostólica, uma brecha da guerra espiritual e da quebra de maldições mais uma vez é pauta. A pastora Rivanda Alves da Silva aponta que para que o verdadeiro amor, perdão, arrependimento entre em cada casa é necessário “expulsar os demônios que estão ocultos nelas e nas famílias”. A isso, Siepierski (2003) denomina de “guerra espiritual” contra as influências maléficas existentes na sociedade. Para o autor, o neopentecostalismo exacerba o mal para conquistar a adesão de fiéis.

O estúdio do programa também funciona como informação, pois no plano de fundo há o modelo de um Lar de Paz, pela oração. As uvas, o suco de uva e o azeite, posicionados à mesa da pastora, possuem uma simbologia que marca de maneira peculiar o neopentecostalismo, a visão celular, a INSEJEC e a base familiar aí proposta. As uvas, assim como o suco, representam a alegria, junto com o sangue de Jesus que foi derramado na cruz e que promove proteção. No caso do azeite, a simbologia remota ao que chamam de unção – maneira de denominar a presença do divino que a maioria dos fiéis defende sentir durante os rituais de cultos. O logotipo da denominação da Igreja, que fica no canto direito da tela, é formado por um vaso de barro, revelando que quem faz parte da INSEJEC está em meio a um processo contínuo de restauração da alma ou do melhoramento permanente do sujeito. A referência bíblica sugere que os homens são moldáveis e Jesus representa a figura do Oleiro que molda o barro, que transforma as criaturas para o bem. Sobre a produção de símbolos, concordamos quando Oliveira (2011) expõe que:

Toda instituição religiosa é detentora de poder. Logo, os fiéis em uma igreja são mobilizados em função dos objetivos daqueles que estão na liderança. Esse poder de mobilização que o líder e a instituição possuem é exercido sobre os fiéis por meio de uma infraestrutura organizacional e material de sustentação, bem como pela gestão do seu capital simbólico (OLIVEIRA, 2011, p.68).

Depois do segundo intervalo, entra no ar a reportagem especial, que muda a cada sábado. Nessa edição, o tema retrata o Congresso Nacional de Jovens que aconteceu no

templo local da INSEJEC. Sistematizada em *OFF*¹⁸ + *sonora de jovens* + *OFF* + *sonora da organização* + *OFF* + *sonora dos pastores* + *OFF*, contém uma trilha sonora de pop/rock nacional e norte americano, ambos no estilo gospel. A reportagem versa sobre a juventude que, assim como as famílias, precisa de um encontro com o Divino. Durante a exibição, percebemos momentos de louvor, dança, jogos de luz e som, e ainda jovens chorando e celebrando. De acordo com Oliveira (2011), esse artifício é trabalhado na mídia religiosa com as novas tecnologias da informação que “organizam a nova estética do ambiente religioso e elaboram, também, uma nova liturgia, em que a produção do sentido do culto não pode mais dispensar o aparato tecnológico, promovendo assim uma verdadeira mutação simbólica” além de que “o espetáculo não é só uma coleção de imagens, mas uma relação social entre pessoas (fiéis) mediadas pelas imagens” (OLIVEIRA, 2011, p.38/9).

Nos instantes finais, a agenda de atividades da igreja é apresentada, seguida de um convite aos telespectadores para participarem dos cultos. Convite subliminar à conversão ao protestantismo, realizado sutilmente, de maneira “subjativa”, às atividades desempenhas pela INSEJEC. Entretanto, trata-se de um artifício de atração que pode auxiliar a captação de novo adeptos. Investigar esse contexto não foi nossa intenção, por isso novas pesquisas poderão se debruçar a respeito dos mecanismos de propagação midiática da fé e as conversões deles decorrentes.

Considerações Finais

Conforme o discurso bíblico¹⁹ registra, podemos dizer, por analogia, que, hoje, a midiatização que perpassa os processos religiosos é consequência da ação de “propagar” costumes e paradigmas, o que respalda nossa hipótese de que a presença da mídia opera a formação dos novos sujeitos religiosos. A propagação doutrinária, tipo de “semente” plantada pelas igrejas, tem sido favorável às mudanças de credo e à adesão de adeptos, conforme percebemos ao longo da revisão de literatura. A nova perspectiva de perceber os meios não apenas nessa condição, e sim como operacionalizadores de um processo de proposição (modelo teórico-mediativo) para uma sociedade de “disposição” reconfigura o que até então tinha sido discutido no uso das mídias pelos religiosos. Nessa perspectiva, esse *fenômeno técnico-social-discursivo* (GASPARETTO, 2011) apresenta-se imbuído de

¹⁸Esses termos são utilizados no jornalismo e com mais propriedade pelo realizado na televisão. O *off* diz respeito à narração do jornalista no momento em que aparece imagens; a *sonora* envolve as falas das testemunhas; e, a *passagem*, quando há a aparição direta do repórter.

¹⁹ A Bíblia aborda o princípio da sementeira e da ceifa: “(...) porque tudo o que o homem semear, isso também ceifará”. Gálatas capítulo 6 e versículo 7.

simbologias, sentidos e intencionalidades, resultando no reflexo da modernização religiosa tal como a vislumbramos na sociedade contemporânea.

O objetivo do programa seria funcionar como extensão do templo. Doutrinar os discípulos fora das quatro paredes físicas da igreja. E, por conseguinte, atingir pessoas que por diversos fatores não tiveram ainda a oportunidade de ouvir tais palavras. Ou seja, uma atividade midiática teria, a partir de então, dois resultados: o contínuo treinamento dos discípulos e a adesão de novos adeptos. Segundo o teórico da comunicação Fausto Neto, seria colocar em prática na sociedade o televangelismo: conquistar as mentes para além das audiências (FAUSTO NETO, 2008).

Assim, as informações encontradas no bojo das discussões da interface mídia e religião apontam apenas para o início desse momento de transformação social que interfere nas escolhas dos sujeitos e na percepção das múltiplas crenças que constituem o nosso país. Enfim, estudar a interface da religião com a mídia nos permite entender a força dos meios no espaço social, pois conforme nos ensinam Oliveira; Reimer & Souza (2011): uma nova ordem global já está aí e exige a criação de novos cenários de convivência, a valorização da pessoa humana, o respeito pela sua liberdade, de seu poder de decisão, de suas diferenças, de seu poder de acolher o novo e os existentes, de suas maneiras de se abrir e acolher o Transcendente. O que reiteramos, de acordo com Martino (2003), é que a religião não é mais a mesma, ela modernizou-se, está em uma ação constante, em movimento contínuo, narrando e escrevendo uma nova história a partir de programas como o *Lares de Paz*.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. São Paulo, Brasiliense, 1990.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 11ed. Trad.: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo, 2011.
- ESCOLA DE LÍDERES – Valnice Milhomens Coelho e os **Princípios da Conquista de nosso Território**. INSEJEC/CG Jul/2010.
- ESCOLA DE LÍDERES – A INSEJEC, sua visão, missão e estratégia. INSEJEC/CG Ago/2010.
- FAUSTO NETO, Antônio. Et al. **Midiatização e processos religiosos na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.
- GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

GUERREIRO, Silas. (Org.) **O estudo das religiões: desafios contemporâneos**. São Paulo: Paulinas, 2003.

HOHLFELDT, Antônio. MARTINO, Luiz C. FRANÇA, Vera Veiga. (Orgs) **Teorias da**
MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. 2ed. São Paulo: Paulus, 2005.

MARTINO, Luiz Mauro Sá. SOUZA, Beatriz Muniz de. **Sociologia da Religião e Mudança Social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil**. 2ed. São Paulo: Paulus, 2008.

MILHOMENS, Valnice. **Discipulado Pastoral: Encontro com os Novos Discípulos**. São Paulo: Palavra da Fé Produções, 2011.

OLIVEIRA, Estevam Fernandes de. **O espetáculo do sagrado: a emergente religião midiática**. Niterói: Epígrafe, 2011.

OLIVEIRA, Irene Dias; REIMER, Ivone Richter; SOUZA, Sandra Duarte. **Religião, transformações culturais e globalização**. Goiânia: PUC, 2011.

ORO, Ari Pedro. **Neopentecostalismo: dinheiro e magia**. In.: Ilha R. Antr., Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, SC, Brasil, ISSN 2175-8034. Disponível em: <http://150.162.1.115/index.php/ilha/article/view/14957/15665> Acesso: 04 de jun 2012.

PRADO, Ivo Gomes. **Apostila de Igreja em Células**. 2005. 23 p. Disponível em <<http://www.scribd.com/doc/80561/Apostila-Igreja-em-Celulas-Ivo-Gomes-do-Prado>>. Acesso em 12/05/10.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SIEPIERSKI, Paulo D. Contribuições para uma tipologia do pentecostalismo brasileiro. In.: GUERREIRO, Silas. (Org) **O estudo das religiões: desafios contemporâneos**. São Paulo: Paulinas, 2003.

SOUZA, Beatriz Muniz de. MARTINO, Luís Mauro Sá. (orgs.) **Sociologia da Religião e Mudança Social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil**. 2ed. São Paulo: Paulus, 2008.

SODRÉ, Muniz. **A antropologia do espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.