



O que se fala e quem escuta? Mídia, Religião e Jornalismo no Programa Fala que eu te escuto¹

Janaine Sibelle Freires AIRES²

Thiago SOARES³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

O presente artigo analisa a produção jornalística da Igreja Universal do Reino de Deus tendo como objeto empírico o programa *Fala que eu te escuto* exibido diariamente pela Rede Record. Buscamos analisar como a Igreja Universal se apóia no discurso jornalístico para a construção do seu discurso e as características específicas da sua produção. Adotamos como fator norteador do trabalho o conceito de midiaticização da sociedade e suas interferências no campo religioso. Além disso, buscamos articular a análise do objeto com outros instrumentos de comunicação da igreja para ampliar nossa reflexão.

Palavras-chave: midiaticização; religião; igreja universal do reino de deus

Introdução

O presente artigo foi extraído do trabalho monográfico de mesmo nome, apresentado na conclusão do curso de Comunicação Social, Habilitação Jornalismo, da Universidade Federal da Paraíba. O estudo tem como objeto empírico o Programa *Fala que eu te escuto*, que faz parte da programação televisiva da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Analisamos as marcas do discurso jornalístico presentes no programa citado para compreender as estratégias utilizadas pela Igreja na construção de seus discursos midiáticos.

A preocupação foi gerada a partir da consciência de que inúmeras interferências midiáticas vêm agindo sobre o campo religioso. O processo de midiaticização da sociedade, e especificamente da religião, atravessa não somente a conquista de espaço de diversas igrejas na mídia, mas também fundamenta a reconstrução deste campo social, estabelecendo novas maneiras de agir e viver a religiosidade.

Adotamos o conceito de Midiaticização, em cuja órbita trafegam também novas práticas comunicacionais do campo religioso, como cerne para a compreensão desta

¹ Trabalho apresentado no INTERCOM JÚNIOR Divisão Temática 6 – Interfaces Comunicacionais do XXXX do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Recém graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela UFPB e estudante de Relações Internacionais pela UEPB. janaineaires@gmail.com

³ Professor Orientador. thikos@uol.com.br



realidade. Dessa forma, procuramos perceber como e de que maneira a IURD utiliza as marcas e estratégias próprias do discurso jornalístico na construção do programa *Fala que eu te escuto*, que tem cunho evangelizador. Com o intuito de encontrar um caminho que nos indique os motivos que levam o discurso religioso a recorrer à força da objetividade e da credibilidade jornalística para legitimar sua pregação e sua difusão, aproximando fiéis, da doutrina da instituição.

Nosso objetivo geral do estudo é analisar como se dá a aproximação entre a construção da mensagem religiosa e o jornalismo, buscando compreender as estratégias e características desta justaposição de linguagens. Entendemos que análises das expressões religiosas também são exames da realidade social e que o crescimento do seguimento neopentecostal demonstra que o discurso produzido tem penetração na sociedade. Por isso, estudar a maneira pela qual a construção do discurso religioso se processa na atualidade é uma reflexão sobre como se estruturam as trocas simbólicas no sistema sociocultural.

Midiatização da Sociedade e o Programa Fala que eu te Escuto

A relação que se estabelece entre a mídia e as religiões não se resume apenas a inserção de determinadas igrejas na mídia. Ela se fundamenta também na reconstrução do campo religioso, na maneira de se conceber e se viver a religiosidade. Cada vez mais, a religião depende em maior ou menor grau da mídia. O processo de midiatização permite que passemos a vivenciar e fazer a religião, sob novas práticas, em novos suportes e ambientes. O que nos leva a crer que estamos diante de uma nova religião, a religião midiaticizada (BORELLI, 2010).

A mídia atua na promoção da interação entre os demais campos sociais, articulando o cruzamento destes e ainda permitindo sua exposição na esfera pública (FIEGENBAUM, 2006. p. 2). Mas, para que isto possa acontecer, o campo midiático necessita da “legitimação” dos demais campos para desempenhar o seu papel.

Este processo, no entanto, incorpora convergências e aproximações, mas também conflitos e tensões. Afinal, a mídia dessacraliza os discursos dos demais. Levando em consideração este contexto, os campos sociais passam a exigir papel protagonista na construção dos discursos e, conseqüentemente, almejam o controle do campo midiático.

O campo midiático se constitui como um campo capital para batalha simbólica, orquestrada, por exemplo, por entidades que buscam ter sucesso no seu modelo de



interpelação de sujeitos, como no caso em análise: a mídia televisiva da Igreja Universal do Reino de Deus. De fato, o processo de midiaticização propicia o surgimento de outro modelo de existência e compartilhamento da espiritualidade, sendo mais do que o resultado de um conflito entre campos sociais e suas esferas de atuação.

A partir de avanços tecnológicos e de novos protocolos de construção e manifestação da realidade, gera-se o redimensionamento da construção dos símbolos, dos hinos, da liturgia e também a criação de novas demandas para as igrejas, como por exemplo, a espacialização dos templos, a partir de critérios e referências fundamentadas nas lógicas midiáticas.

Contudo, é preciso destacar que não se trata de uma questão puramente técnica. Este entrelaçamento do campo religioso, ou mesmo outro campo social, com o campo midiático envolve a reestruturação de práticas, mas também de discursos e metodologias de atuação. Assim, são criados diferentes sentidos carregados de marcas simbólicas híbridas, novos protocolos de criação e de circulação de bens, bem como novas agendas de pregação e discussão e, conseqüentemente, novas demandas.

Manuel Castells traz ao debate um aspecto interessante sobre a mídia:

“Como representa o tecido simbólico da nossa vida, a mídia tende a afetar o consciente e o comportamento como a experiência real afeta os sonhos, fornecendo matéria-prima para o funcionamento do nosso cérebro. [...] É um sistema de feedbacks entre espelhos deformadores: a mídia é a expressão de nossa cultura, e nossa cultura funciona principalmente por intermédio dos materiais propiciados pela mídia.”
(CASTELLS, 1999, p. 422)

O processo de midiaticização atua no reordenamento das nossas funções cognitivas e como norte de expressão das manifestações culturais da sociedade. De certo modo, é possível destacar outro aspecto fundamental do religioso neste novo ambiente: a dinâmica crescentemente individualizada e subjetivada da experiência religiosa (MOREIRA, 2008, p. 75). O processo de midiaticização disponibiliza os instrumentos que favorecem aos indivíduos a fabricação do seu próprio sistema simbólico.

Ao mesmo tempo, com a apropriação da mídia pelo campo religioso, desenvolve-se o fornecimento de matéria prima, como apontou Castells (1999), para outras elaborações simbólicas. Agora, ainda mais complexas, posto que esta reelaboração simbólica, em grande medida, estará interpenetrada também por elementos da religião.



O programa *Fala que eu te escuto* vai ao ar de 1h da manhã todos os dias. Sua estrutura é composta pela discussão de um tema partindo de matérias produzidas pela equipe de telejornalismo da Record e matérias produzidas pela equipe do programa, com telespectadores. A programação evangélica da Rede Record de Televisão é dividida de acordo com os cultos realizados dia-a-dia nos templos da Universal.

Escolhemos este objeto empírico, pois ele promove a pregação doutrinária a partir de acontecimentos da atualidade, estimulando a discussão através de perguntas que limitam o universo a ser debatido e a resposta a ser dada, além de ser um dos principais produtos de tele-evangelização da Igreja Universal do Reino de Deus.

No processo de reconstrução do campo religioso, os fiéis são convocados a lidar com novas demandas que trafegam para além do universo de reflexão baseado na Bíblia e no poder da oração. A pregação doutrinária amplia seu universo de discurso e reflexão, tendo mais instrumentos de auxílio – que, neste caso específico, é a mídia, o jornalismo, as técnicas de reportagem. Como destaca Viviane Borelli (2010), congregam-se um emaranhado de dispositivos:

A religião se constitui por meio do trabalho de distintos dispositivos, compreendido como um conjunto de elementos, dados e materiais que abrange o trabalho de produção e a circulação, as relações construídas no âmbito dos sentidos em produção e em recepção. Reafirma-se que o dispositivo é mais que um suporte tecnológico que liga dois sujeitos, já que abrange um emaranhado de relações de ordem técnica e simbólica. (p. 21)

Por outro lado, a midiatização do campo religioso amplia as brechas para a penetração de questionamentos, advindos, por exemplo, de outras instâncias de autoridade, no organismo da instituição religiosa. Isto torna aparentes as contradições e outros fatores que podem por em risco a “geografia” e os limites do que é sagrado e precisa ser preservado de desgastes. Assim, provoca-se o desaparecimento das distinções claras entre religião e outras instâncias sociais (medicina, lazer, mercado, espetáculo, culto ao corpo) (MOREIRA, 2008, p. 81).

Rotinas Produtivas

O programa *Fala que eu te escuto* articula a linguagem jornalística, o gênero televisivo, especificamente o modelo adotado pela IURD, e o discurso religioso. Esta integração de linguagens e até mesmo de textos, imagens e sons aponta para a existência de um sistema de dinâmicas e demandas específicas do meio que nos propomos a analisar. Embora o programa seja apresentado por pastores e bispos da Igreja – como



todos os demais programas da IURD – a equipe de trabalho é formada também por profissionais de comunicação cuja orientação religiosa não segue a doutrina teológica da IURD, necessariamente.

Logo, podemos dizer que este hibridismo tem reflexos também no modelo de trabalho e produção do programa. É necessário destacar que a Igreja Universal, enquanto produtora de mídias, é, antes de tudo, uma organização. Logo, está assentada em lugares de autoridade, poder, obediência e, também, de resistência.

A análise do programa *Fala que eu te escuto* leva em consideração as atuais transformações atravessadas pelo jornalismo, entendendo que sua definição o revela como uma atividade informativa. Assim, podendo ser analisado através de outras perspectivas, o programa será tratado como um programa jornalístico. Esta não é uma opção teórica, simplesmente, mas uma abordagem que se pretende sistêmica do produto. Isto é, o consideramos a partir da sua realidade e da sua representação dentro da grade de programação televangélica da IURD. Além disso, percebemos que o programa está assentado nas características apresentadas no modelo jornalístico de Otto Groth: a periodicidade, a universalidade, a atualidade, e a publicidade.

A natureza quase religiosa do Jornalismo

Os jornalistas são os agentes de um processo que opera “uma criação do mundo, se não em sua totalidade e materialidade, pelo menos em seu significado social. Essa criação se faz através do verbo.” (RIBEIRO, 2009) Os jornais buscam, e os manuais de redação demonstram isso, suturar uma escritura. Com personagens, enredo e lições e dedicadas a uma missão.

A religião também tem essa característica, afinal propõe um contexto sobre a realidade, promove uma criação da realidade. Ela contribui de maneira veemente com a imposição (dissimulada) dos princípios de estruturação da percepção e do pensamento do mundo (BOURDIEU apud MARTINO, 2001). A simbiose entre as características da religião e do jornalismo na construção de uma nova linguagem colabora para o reforço de uma única visão de mundo possível, cara ao discurso religioso.

Ao assentar-se sobre a dinâmica de produção jornalística para construir suas pregações, o programa *Fala que eu te escuto* é um exemplo de uma pregação doutrinária, construída através do aspecto objetivo da linguagem jornalística e mesmo a participação ao vivo de telespectadores. É interessante perceber a interferência das lógicas midiáticas na construção desta realidade.



Jorge Cláudio Ribeiro (2009) acredita que o jornalismo, ao assumir a peculiaridade da onisciência, da onipresença, onipotência e eternidade, assume funções religiosas. Conferimos ao jornalismo o dom da onipresença. Diante do fato de que não podemos estar em vários lugares ao mesmo tempo, delegamos aos jornalistas o papel de nos contar o que acontece nos mais longínquos lugares. Além disso, “a ancoragem da imprensa no tempo também lhe confere um patamar de eternidade, pois a sucessão ininterrupta de edições configura um permanente retorno ao eterno presente.” (RIBEIRO, 2009) Ao fundamentar sua abordagem na perspectiva de que tudo que se diz é importante, o jornalista também se apóia na característica da onisciência, apresenta-se com aquele que sabe. É onipotente, é aquele que tudo pode ver, mesmo que seja por meio das fontes.

Além disso, o jornalismo está repleto de rituais. A própria dinâmica apoiada nos pilares da apuração, redação e edição, apresenta-se como um ritual, como um modo de agir para obter um determinado objetivo. Marilena Chauí (2005) descreve os ritos como mecanismos para que os humanos mantenham a ligação com as divindades de modo organizado. Um ritual “é uma cerimônia em que gestos determinados, palavras determinadas, objetos determinados adquirem o poder misterioso de presentificar o laço entre os humanos e a divindade” (CHAUI, 2005, p. 255). Assim, um ritual obedece a um protocolo. O programa *Fala que eu te escuto* é um ritual, construído no molde midiático-religioso.

Diariamente, o programa apresenta matérias jornalísticas para auxiliar a discussão do tema do dia, abre o debate para os telespectadores - por telefone, e-mail ou twitter, dedica um bloco para a pregação do pastor-apresentador, exhibe um clipe-musical e realiza a oração final. O mesmo acontece com os cultos, que se dedicam a seguir uma cerimônia.

O processo de midiaticização da religião articula a construção de uma nova concepção de espaço sagrado. Com o advento da mídia como expressão e vetor de articulação da religião, esta diferenciação entre o espaço profano e o sagrado se dilui. Perde parcialmente o sentido. Ao mesmo tempo, o estúdio enquanto o novo ambiente da pregação e como similar ao espaço sagrado de um culto amplia sua capacidade de ressoar suas mensagens.

Na mídia, a definição do protocolo a ser seguido nestes rituais religiosos passa a ser feita levando em consideração as lógicas midiáticas. Os estúdios de televisão se transformam em templos. Arranja-se um novo ambiente para o louvor. E não só isto. O



tempo passa a ser outro, o sermão se adapta ao tempo da tevê, enquadra-se nos espaços entre os comerciais.

A Igreja Universal do Reino de Deus assenta suas mensagens na materialização do seu discurso. Isto é, fundamenta sua abordagem teológica na aproximação com a realidade, propondo o apego a determinados objetos simbólicos como chaves, lenços, alianças, perfumes, por exemplo. Esta materialidade também se expressa na oferta de dinheiro e na sua centralidade no imaginário neopentecostal. Drance Elias Silva (2008) afirma que o dinheiro se apresenta enquanto símbolo no qual habitam imagens. É com essas imagens que os fiéis vão estabelecer seus vínculos. Dessa maneira, o dinheiro, como objeto que se nomeia permanentemente no espaço de culto e da mídia é constantemente ressignificado e também é tratado como elemento prioritário da doação, o que requer a conversão do fiel, por exemplo, em “dizimista fiel”. (SILVA, 2008, p. 24). O processo de produção da mensagem religiosa, portanto, leva em consideração este novo elemento na constituição da identidade do fiel neopentecostal e procura se adaptar:

à vida material e cultural dos estratos pobres, a fim de provê-los de sentido, significação do porquê se encontra vivendo como vivem e justificação de sua existência numa dada posição social, fornecendo-lhe recursos simbólicos e rituais para mudar subjetivamente de vida e vivas esperanças habitar o paraíso celestial (MARIANO, 2003, p.122)

No plano midiático, a materialidade e a aproximação da realidade são construídas através da apuração jornalística. O jornalismo apresenta o recorte da realidade que se adéqua a demanda da mensagem religiosa em questão. É interessante perceber que a notícia jornalística se insere neste ritual, justamente como expressão da diluição entre o sagrado e o profano. Assim, atua como uma ferramenta profana na construção de uma escritura que pretende ser sagrada.

Fisionomia televisiva dos Pastores

A implantação das diferentes correntes evangélicas no Brasil pode ser narrada a partir das transformações na postura do pastor. A corrente neopentecostal dilata o “conjunto de qualidades performáticas” dos pastores, ao passo que amplia o leque de dispositivos (música, mídia, espaço de pregação – o altar, o púlpito) disponíveis para a realização dos cultos. Sem desconsiderar o processo de neopentecostalização das demais correntes (MARIANO, 1997), podemos afirmar também que é possível



diferenciar as diversas correntes evangélicas, a partir da relação que seus pastores estabelecem com a mídia.

O modelo adotado pela Igreja Universal goza de bastante sucesso, justamente pelo fato de apresentar mais proximidade com a linguagem audiovisual evidenciada pela maneira particular com a qual a igreja lida com a mídia. Para exemplificar o sucesso do modelo adotado, podemos destacar os índices de audiência do programa *Fala que eu te escuto*, que vem ultrapassando a Rede Globo no horário. Os programas adotam uma dinâmica de interação com os telespectadores, por telefone, e-mail e, em alguns casos, pelo *twitter*.

Esta dinâmica interativa colabora para que muitos acreditem que o programa não tem caráter religioso. Parte dos telespectadores não percebe as intenções doutrinárias que são veiculadas, uma vez que a relação estabelecida com a audiência colabora para que a pregação da igreja seja camuflada. Diariamente, a produção do programa recebe pedidos para tocar hinos de clubes de futebol brasileiros. Ao longo da pesquisa, percebemos que a veiculação destes hinos é comum. Os pedidos partem, inclusive, dos pastores que apresentam o programa. Há episódios em que os pastores descontraidamente se recusam a executar hinos de times adversários, demonstrando para que time de futebol torcem. Muitas vezes os telespectadores comentam as vitórias e derrotas dos times dos pastores.

Assim, o carisma dos apresentadores também é construído através da exposição de um perfil paralelo de suas vidas. O perfil dos pastores se aproxima dos fiéis da igreja e em todas as descrições a Igreja Universal é apontada como a fórmula para a solução dos problemas que os pastores tinham. Por outro lado, o perfil das repórteres ligadas ao programa é outro. Embora de fato, elas não estejam vinculadas por serem fiéis da igreja, percebemos o esforço em descrever sua trajetória profissional no jornalismo. Apontar quão profissional é a produção do programa reforça sua credibilidade, sendo outro elemento para “camuflar” os interesses evangelizantes.

O programa *Fala que eu te escuto* conviveu com uma série de desconfortos gerados pelo conflito entre a “preservação dos perfis” dos jornalistas do Departamento de Jornalismo da emissora, a Record, e a utilização de suas matérias para o programa. Como grande parte das matérias não foi produzida para o programa e sim selecionada entre as veiculadas na grade secular, muitas vezes não se respeita a abordagem que o repórter da emissora fez. O que é suficiente para gerar conflitos entre os produtores e os participantes da matéria e a produção do *Fala que eu te escuto*.

Estes conflitos renderam alguns processos, principalmente, por uso de imagens sem autorização, e também fizeram com que o símbolo da Record fosse apagado digitalmente dos microfones em alguns programas. No programa do dia 26 de novembro de 2008, cujo tema era “Vício sem limites: a droga é forte ou o ser humano é fraco?”, a jornalista Fabiana Scaranzi, por exemplo, teve sua matéria integralmente exibida. A produção evangélica ainda teve o cuidado de criar uma tarja específica do programa e colocar seu nome como repórter (Ilustração 1).



Ilustração 1 - Fabiana Scaranzi é tratada como repórter do *Fala que eu te escuto*

Este episódio ganhou bastante repercussão na mídia especializada em tevê. É um bom exemplo para discutir e refletir sobre as interferências da Igreja Universal na produção da emissora que, embora tenha fins comerciais, também serve aos interesses da entidade.

Falas autorizadas: testemunho de convertidos e conduta anormal das celebridades

A mídia atua como um dispositivo social na construção de falas autorizadas. Como já indicamos aqui, o campo jornalístico e, podemos dizer também, o campo midiático exercem uma forma de dominação bastante particular, uma vez que são estes campos que permitem a expressão pública dos demais.

Pierre Bourdieu (1997) destaca que os jornalistas atuam de acordo com categorias que lhe são próprias, afirmando que os jornalistas têm óculos “a partir dos quais vêem as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p. 25) No programa *Fala que eu te escuto* percebemos que as falas autorizadas são escolhidas a partir de um processo de “reciclagem”. Como a maior parte das matérias veiculadas é produzida pelo Departamento de Jornalismo da Record – como a empresa, pertence a IURD, não



podemos esquecer que suas lentes também são atravessadas pelos critérios da igreja -, as falas autorizadas são selecionadas, inicialmente, através dos óculos daqueles jornalistas.

O programa, quando não produz suas próprias matérias, elege algumas destas falas autorizadas já selecionadas. Deste modo, falamos de um processo de terceirização da escolha das falas competentes. A rede de televisão e suas demandas influenciam, então, o modo como as falas serão escolhidas, evidenciando o peso da televisão na construção do agendamento promovido pela igreja.

Analisando os depoimentos veiculados no jornal *Folha Universal*, Martino (2001) observou que os depoimentos obedecem a três fatores que determinam sua presença na mídia religiosa. O primeiro fator seria a personalização do conteúdo. A mídia iurdiana, segundo o autor, prefere o uso de exemplos e situações próximas ao cotidiano e não abstratas. O segundo fator seria a dramatização. Por último, a dinamização do tema, fazendo com que o leitor/telespectador/ouvinte possa constatar uma ação.

O programa *Fala que eu te escuto*, e a programação televangélica da IURD, tem a dinamização dos temas como ponto chave. Os depoimentos exibidos na programação são cheios de altos e baixos, desfechos, viradas. A pregação doutrinária torna-se dinâmica e interativa. Saindo do universo da Bíblia e sendo percebida e professada nos personagens que temos acesso nas bancas e nos noticiários de tevê.

A personalização do conteúdo é atingida, dentre outras formas, com a aproximação da pregação com a atualidade. A IURD, como estratégia de personalização do seu discurso, alimenta suas pregações com a diversidade de situações das vidas das celebridades. No seu imaginário, as grandes estrelas do cinema, da música e da televisão têm papel de destaque. Embora, muitas vezes sejam consideradas contra-exemplos, percebemos que a IURD, enquanto manifestação da midiaticização do campo religioso, dedica bastante atenção a personagens da mídia. Isto é, há preferência por sujeitos gerados pelo meio e pelo contexto midiático, tornando mais fácil e útil tomá-las como exemplo do que retomar personagens bíblicos para edificar sua mensagem.

A espetacularização promovida pela mídia colabora para que as celebridades adquiram *status* de importância, autoridade e influência na sociedade. O que estimula a adoção das celebridades enquanto canais para direcionar mensagens de evangelização. Este fato está diretamente relacionado à liberalização dos costumes empreendida pela corrente neopentecostal. Nela, um evangélico passa a ser identificado a partir de uma



relação mais aberta com o mundo secular, consumindo música, roupas e também as imagens das celebridades e da fama.

A religião, em um contexto de midiaticização da sociedade, passa a não negar a existência de determinadas expressões consideradas profanas. A estratégia leva em consideração estas expressões, reconstruindo a mensagem doutrinária e ressignificando aquela manifestação. A notícia, mesmo quando suporte para a pregação evangélica, é resultado de uma edição da realidade, logo é um redesenho.

Cabe destacar um ponto, as celebridades apresentadas pelo programa *Fala que eu te escuto*, são ligadas a Rede Record de televisão, ou são criadas em outros universos midiáticos como Hollywood. Não identificamos a utilização de artistas da Rede Globo (exceto a apresentadora global Xuxa Meneguel, que é apontada como uma pessoa ligada ao diabo), nem mesmo em canais como o jornal impresso *Folha Universal*. Assim, compreendemos que, mesmo neste caso, a batalha simbólica pela hegemonia no campo televisivo também se expressa.

Editoriais, jornalismo e credibilidade: mais poder para conquista de fiéis

O programa *Fala que eu te escuto* produz um editorial, que é veiculado na internet e, algumas vezes, é lido durante o programa. A principal característica destes editoriais é o valor conferido aos dados, embora represente uma opinião, eles são construídos como matérias jornalísticas comuns, com dados, fontes e falas de autoridade.

O editorial do programa costuma ser apócrifo, como a maioria dos editoriais de revistas e jornais comuns. Porém, ele também pode ser construído por colunistas ligados ao programa e, nesse caso, ganham a assinatura deles. A existência destes profissionais integrados à dinâmica de produção do programa aponta, mais uma vez, para a busca da objetividade inclusive na construção do editorial. De certo modo, esta “terceirização” do editorial sugere um processo diferente de produção de uma mensagem que se apresenta em outros veículos como institucional.

Muito embora, precisemos destacar que esta visão não se preserve apenas no espaço do editorial, podemos dizer que, o editorial se apresenta como uma reflexão sobre a realidade, na qual o veículo deixa clara sua “visão-mestra” sobre os temas. Assim como o jornalismo, a mídia religiosa, ao “terceirizar” o editorial utiliza a delegação do saber com um duplo efeito, o de objetividade e o de dono da verdade.



As opiniões dos telespectadores, a opinião expressa pelos editoriais e a “objetividade” das matérias jornalísticas colabora com a perspectiva de que a igreja atua como uma mera mediadora do debate. Ou seja, esta objetividade e “terceirização da opinião” camufla sua visão dos fatos e, assim, se fortalece a pregação doutrinária na superação de barreiras sociais, étnicas, culturais com as quais ela teria de lidar. Evitando conflitos no processo de convencimento.

"Em um veículo religioso, a aparência de objetividade da informação oculta a dimensão arbitrária das representações sacralizadas e das condenadas, isto é da própria ideologia da instituição religiosa. Sob a aparência de se estar fazendo um trabalho objetivo noticiando-se o fato, tal e qual aconteceu, esconde-se um poderoso aparelho ficcional, em que a realidade é fragmentada, reunida, editada, adaptada ao espaço e orientada segundo a ideologia da instituição."(MARTINO, 1997, pp. 88 - 89)

Os veículos de comunicação da IURD empregam elementos que promovem este enquadramento. No caso do programa *Fala que eu te escuto*, além das opiniões dos telespectadores, dos editoriais e das matérias jornalísticas, um importante instrumento de “enquadramento” é a pergunta, que funciona como um aparelho “que integra o macro nível da mídia com o micro-nível da vida cotidiana” (MARTINO apud SÓLIO, 2010, p.58), e, especificamente, com a pregação.

Ao adotar o modelo de diálogo com os telespectadores, o programa investe na legitimação do seu discurso apoiando-se na perspectiva de mediação de uma exposição de opiniões de pessoas que não necessariamente são membros da igreja e, logo, gozam da credibilidade de espectadores/observadores para opinar. Enquanto que o universo para a exposição destas opiniões é limitado pela estrutura da pergunta – que indica respostas específicas –, pelo editorial lido pelo apresentador, pelas reportagens preparadas que antecedem o início do programa e que são introduzidas entre e mesmo durante as participações da audiência. Ou seja, enquanto que o universo ali representado se aproxima da postura ideológica da entidade religiosa, mesmo existindo casos de discordância e oposição.

O programa é um veículo institucional, já que é um forte instrumento de defesa aos ataques recebidos pela Igreja Universal. Assim, como um meio de compensação ao processo de secularização da religião, uma contrapartida ao dano gerado pela divisão de competências com autoridades laicas, entre elas os meios de comunicação. Recorrer ao discurso jornalístico, portando, é revestir de mais poder o discurso religioso, é uma



tentativa de desequilibrar os poderes das esferas formadoras de opinião à favor da religião e da aquisição de fiéis.

Apontamentos finais

Percebemos que os meios de comunicação, mais do que canais de manifestação das igrejas, são vetores de transformação de práticas simbólicas e de expressão de novos exercícios de revelação espiritual. O programa analisado tem características híbridas que resultam da aproximação entre a cultura televisiva, a religião e o jornalismo. Visualizamos princípios jornalísticos como condutores de produção. Além de ser exibido ao vivo todos os dias, mantendo assim sua periodicidade, percebemos o esforço em construir suas mensagens de modo amplo, isto é, compreendendo não só sua realidade, mas também a realidade secular dos homens e de sua manifestação na sociedade e na cultura. Logo, suas mensagens gozam da universalidade cara ao discurso jornalístico.

As pregações são compostas com acontecimentos da atualidade e escolhidos a partir de sua repercussão na sociedade. Os personagens da pregação doutrinária são os mesmos das capas de revistas e jornais e dos noticiários de televisão. Como instrumentos para promover o agendamento e o enquadramento da realidade, o *Fala que eu te escuto* além da escolha das notícias, utiliza as perguntas como mecanismos para guiar e assegurar os caminhos do debate e, conseqüentemente, resguardar sua relação com a pregação desenvolvida nos últimos blocos.

O editorial, as matérias jornalísticas, a disputa por hegemonia no campo midiático e as especificidades do veículo nos leva a concluir que o programa *Fala que eu te escuto* goza de bastante êxito na produção da pregação doutrinária e na participação na formação da opinião de seus telespectadores. É um importante instrumento de compensação às perdas causadas pela ascensão de novas autoridades na explicação e apresentação de soluções para a realidade. Apoiado no jornalismo, o *Fala que eu te escuto* fortalece seu poder de reverberação nas várias esferas que compõem o espaço público, abrigando a evangelização na discussão sobre os acontecimentos da sociedade e a exposição das opiniões de vários brasileiros.

O programa é um ambiente polifônico no qual os apresentadores se apóiam para produzir seu discurso e abrir a programação da igreja. Além disso, o *Fala que eu te escuto* está muito próximo das práticas laicas, o que colabora para a prospecção de fiéis sem abandonar os interesses da igreja ao reforçar seu catálogo simbólico e sua postura



diante da sociedade, de modo aparentemente objetivo. As matérias jornalísticas representam a materialidade do imaginário exposto nos cultos.

A produção da IURD está disposta em rede e, ao longo da pesquisa, observamos a existência de um padrão na programação. Presente nos estúdios e na linguagem dos programas, mas também no modo de se relacionar com o jornalismo.

O jornalismo é mais um elemento introduzido no conjunto de qualidades performáticas à disposição dos pastores da igreja para a construção da mensagem religiosa. A utilização deste “elemento” pelo campo religioso aponta para uma nova forma de atribuição de valor às notícias. A produção secular do Departamento de Jornalismo da Rede Record se apresenta como um instrumento de apoio, mas também limita o cardápio de seleção das matérias. O programa lida com estes “limites” criando uma nova narração para as reportagens, construindo novas matérias a partir de reportagens já exibidas na grade comercial. Além disso, utiliza-se da linguagem jornalística se esforçando para “terceirizar” as opiniões através dos telespectadores que participam e também de seus colunistas, responsáveis pelo editorial disponibilizado no site do programa. O que de fato, reforça a pressão do jornalismo na produção da mensagem religiosa. Afinal, o jornalismo também promove esta “terceirização” da opinião ao apoiar-se nas fontes e nos personagens para fortalecer seu discurso como representante da realidade.

Destacamos, no entanto, que neste plano de ação, o jornalismo adquirirá novas características. Tratando da IURD, não podemos nos esquecer do seu poder de interferência na produção da Rede Record, que se destaca como segunda maior emissora do país, e pertence à igreja. Neste caso, não só o jornalismo da emissora se articula como instrumento de fortalecimento e defesa da doutrina da Igreja Universal, mas também toda a sua grade de programas pode ser atravessada pelas percepções dogmáticas de sua dona.

Referências bibliográficas

BORELLI, V. (ORG). **Mídia e Religião**: entre o mundo da fé e o do fiel. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre Televisão**. Tradução: Maria Lucia Machado – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997



CASTELLS, Manuel. **A cultura da virtualidade real**: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. In: A sociedade em rede.. São Paulo. Paz e Terra, 1999. Páginas 413 a 466.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. 13. Ed. São Paulo: Ática, 2005, 420p.
FERREIRA, J. **Dispositivos discursivos e o campo jornalístico**. Ciberlegenda, Rio de Janeiro, v. 9, 2002. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/jairo4.htm> Acessado em: 23 de outubro de 2010 (Acessado em 7 de novembro de 2010)

FIEGENBAUM, R. Z. **Mediatização do campo religioso**: tensões e peculiaridades de uma relação de campos. UNIrevista, Vol. 1, nº3, julho de 2006.

MARIANO, R. **Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religiosos sobre as igrejas pentecostais**. Civitas – Revista de Ciências Sociais, Porto Alegre, ano/vol 3, número 001, jun. 2003. Disponível em:
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/viewFile/112/108> (Acessado em 26 de agosto de 2010)

MARTINO, L. M. S. **O paradoxo do sagrado** – um estudo da mídia institucional religiosa. Eccos – Revista Científica, São Paulo, ano/vol. 3, n. 002, p. 51-62, dez. 2001.
<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/715/71530205.pdf> (Acessado em 15 de agosto de 2010)

_____. **Mídia e Poder Simbólico**: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. – São Paulo: Paulus, 2003.

MOREIRA, A. S. **O deslocamento do religioso na sociedade contemporânea**. Estudos de Religião, Ano XXII, n. 34, 70-83, jan/jun. 2008

PENA, F. Teoria do Jornalismo. 2ª Ed. São Paulo: Contexto, 2008.

SILVA, D. E. da. **Centralidade do dinheiro na espiritualidade neopentecostal**. Horizonte: Belo Horizonte, v.7, n. 13, p. 19 -38, dez 2009.
<http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/421/831> (Acessado em 15 de agosto de 2010)

SÓLIO, M. B. . **Violência**: um discurso que a mídia cala. 1. ed. Caxias do Sul/RS: Educs, 2010. v. 1. 93 p.

RIBEIRO, J. C. **A religião do jornalismo**. Horizonte: Belo Horizonte, v. 6, nº 11, dez. 2009. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=522DAC002> (Acessado em 15 de agosto de 2010)

TRAQUINA, Nelson. **Teoria do jornalismo** – Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005