



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

ARCLEBIANA PAULA ALENCAR PEREIRA

A Record e os espetáculos da fé: uma análise dos programas da IURD

**CAMPINA GRANDE – PB
2011**

ARCLEBIANA PAULA ALENCAR PEREIRA

A Record e os espetáculos da fé: uma análise dos programas da IURD

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, na modalidade Relatório de Pesquisa, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento

CAMPINA GRANDE – PB
2011

P436r Pereira, Arclebiana Paula Alencar.
 A Record e os espetáculos da fé: uma análise dos programas da IURD. [manuscrito] / Arclebiana Paula Alencar Pereira. – 2011.
 27f.; il. Color.

 Digitado.
 Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2011.
 “Orientação: Profa. Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento., Departamento de Comunicação Social”.

 1. Identidade Religiosa 2.Midiatização 3. Espetacularização
I. Título.

21. ed. CDD 302.234 5

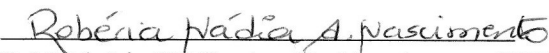
ARCLEBIANA PAULA ALENCAR PEREIRA


A Record e os espetáculos da fé: uma análise dos programas da IURD

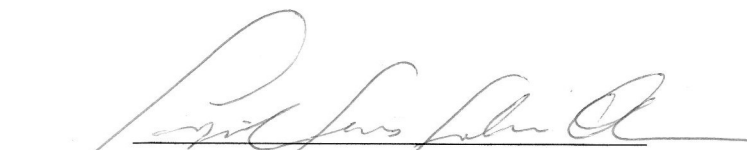
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, na modalidade Relatório de Pesquisa, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Aprovado em 23/11/11.

Nota: 10,0.


Prof^ª Dr^ª Robéria Nádia Araújo Nascimento/ UEPB
Orientadora


Prof. Ms. Orlando Ângelo da Silva/ UEPB
Examinador


Prof^ª Dr^ª Ingrid Farias Fechine / UEPB
Examinadora

A Record e os espetáculos da fé: uma análise dos programas da IURD

PEREIRA, Arlebiana Paula Alencar

RESUMO

Este relatório expõe os aportes teórico-metodológicos adotados na pesquisa de Iniciação Científica (PIBIC/UEPB), intitulada “*Horas abençoadas: a construção da identidade religiosa no discurso televisivo*”, na qual atuamos como bolsista e cujo objetivo foi compreender a identidade religiosa suscitada pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), através da Rede Record de Televisão. Foram analisados os seguintes programas: “*Bíblia em Foco*”, “*Santo Culto em seu Lar*”, “*Fala que eu te escuto*” e “*Plantão da Fé*”. Trata-se de um estudo de recepção, viabilizado a partir da aplicação de questionários em Campina Grande, PB, aliado à observação da programação religiosa neopentecostal. As categorias norteadoras foram: discurso religioso, midiaticização, identidade e espetacularização, que auxiliaram na interpretação dos sentidos da religiosidade contemporânea no contexto local. Os resultados mais significativos apontam o entrecruzamento dos campos da mídia e da religião, sobretudo caracterizado pela atuação incisiva da TV enquanto disseminadora dos espetáculos da fé.

PALAVRAS-CHAVE: IURD, midiaticização, recepção, espetacularização, identidade religiosa.

ABSTRACT

This report sets out the theoretical-methodological research adopted in the Scientific Initiation (PIBIC / UEPB), entitled "Hours blessed: the construction of religious identity in the televised speech," in which we operate as a scholarship and whose goal was to understand the religious identity raised by the Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) by Rede Record TV. We analyzed the following TV shows: “*Bíblia em Foco*”, “*Santo Culto em seu Lar*”, “*Fala que eu te escuto*” e “*Plantão da Fé*”." It is a reception study, made possible through the application of questionnaires in Campina Grande, PB together with the observation of the Pentecostal TV schedule. The guiding categories were: religious discourse, media coverage, identity and the tendency to create an spectacle, which helped in the interpretation of the meanings of contemporary religion in the local context. The most significant results point to the intersection of the fields of media and religion, especially characterized by the TV incisive role as disseminator of the “spectacles” of faith.

KEYWORDS: IURD, media coverage, reception, spectacle, religious identity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
1 – REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
2 –TRILHA METODOLÓGICA	13
3 –A IURD NA TV RECORD	15
3.1 O viés do programa <i>Fala que eu te escuto</i>	15
3.2 Um olhar sobre o <i>Plantão da fé</i>	18
3.3 O que diz o <i>Santo culto em seu lar</i>	20
3.4 As narrativas do <i>Bíblia em foco</i>	22
3.5 A recepção da IURD (<i>questionários</i>)	23
CONCLUSÃO.....	35
REFERÊNCIAS	37

INTRODUÇÃO

O processo de midiaticização contemporânea é marcado, sobretudo, pela intensa influência dos dispositivos de comunicação no ambiente social. Nesse sentido, as instituições públicas ou privadas se entrelaçam com a comunicação, absorvendo suas intervenções e produzindo novos agenciamentos e cruzamentos de ações ou posturas. No âmbito da religiosidade, esses entrelaçamentos são cada dia mais visíveis, uma vez que diversas vertentes doutrinárias adotam como matrizes de divulgação ideológica diversos meios comunicacionais, sobretudo a TV.

Considerando essa perspectiva, a problemática investigada nesta pesquisa debruçou-se na relação mídia e religião à luz da programação doutrinária da TV Record. Desse modo, convém ressaltar que o estudo não enfocou o paradigma da religiosidade, em seu viés teológico, ou defendeu qualquer ponto de vista dogmático. Assim, o objeto de estudo não se centrou na concepção de religiosidade e o seu significado contemporâneo (embora isso, necessariamente, perpassasse a discussão empreendida), mas focalizou a recepção do discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), veiculado pela TV Record, e a repercussão de seus mecanismos discursivos espetaculares junto a receptores da cidade de Campina Grande.

Buscando desvelar tal contexto, o estudo foi realizado em duas etapas: na primeira, gravação, observação e análise criteriosas dos programas “*Bíblia em Foco*”, “*Santo Culto em seu Lar*”, “*Fala que eu te escuto*” e “*Plantão da Fé*”. Na segunda, perscrutamos o impacto da recepção desses programas, mediante questionários aplicados aos telespectadores. O diálogo resultante do cruzamento dos dados nos possibilitou interagir com o fascinante campo das ciências das religiões e traçar um perfil da audiência da IURD na esfera local, permitindo também uma aproximação com a subjetividade da fé no cenário sociocultural contemporâneo, intensamente marcado pela interferência midiática.

No cotidiano social, o senso comum entende a programação religiosa como elemento de identificação com suas expectativas e sentimentos, de modo que esta pode ser assimilada como espaço sagrado de resolução de conflitos. Tal premissa nos instigou alguns questionamentos preliminares que deram origem à problematização da pesquisa: como a programação religiosa da IURD seria recebida em Campina Grande? O culto assistido no espaço doméstico, na sala de TV ou no próprio quarto pode substituir a presença aos templos? O templo eletrônico pode, de fato, se converter em *locus* de bênçãos e altar de orações? Que identidade a programação religiosa da IURD pode fomentar e quais adeptos pode convencer?

Como de fato ocorre o processo da midiaticização no campo religioso? Assim, o caráter amplo de tais inquietações e de seus possíveis reflexos/desdobramentos engendraram a preocupação de como seria a recepção desses programas no cenário local, direcionando nosso interesse para o discurso religioso que subjaz na programação televisiva da Rede Record.

De acordo com as palavras de Sousa (2002), a religião “vai além, chega aos indivíduos, compondo suas fantasias e desejos, tanto quanto o próprio imaginário social, formando espaços de negociação de sentidos” (SOUSA, 2002, p. 32). Nessa perspectiva, este relatório sintetiza o percurso teórico da pesquisa, expondo as maneiras como a comunicação torna-se espaço de simbolização da sociedade, mediante a conexão entre mídia e campo religioso, destacando imagens e discursos (re) programados, consentidos ou negociados, de modo a discutir como os sujeitos receptores (re) constroem suas identidades, mediante os mecanismos de espetacularização mobilizados pela Rede Record.

1 – REFERENCIAL TEÓRICO

Inicialmente, para compreendermos a construção de significados que o discurso religioso veiculado pela Rede Record seria capaz de suscitar na sociedade campinense, de modo a perceber se alguma concepção identitária seria possível nesse processo, tornou-se necessário conhecer o poder de penetração que a referida emissora detém nos dias atuais. A Record alcança, hoje, 99,01 % do país, além da América do Sul, América do Norte, África, Europa e parte da Ásia. Conforme dados obtidos no seu site oficial, o grupo do Bispo Edir Macedo possui ainda um canal internacional (TV Miramar de Moçambique) e 101 emissoras afiliadas. A Universal do Reino de Deus registra 8 milhões de fiéis somente no Brasil, contando com o trabalho de 9.600 pastores espalhados por 4.700 templos pertencentes a 172 países (número que já deve ter sido ampliado de 2010, quando iniciamos o estudo, para o momento presente).

De acordo com Moreira (2011), a religião, apesar de atravessar uma época de pluralismo de vertentes e pertencimentos, ainda se mantém presente, como vestígio, num exemplo de ritual secular e de potência simbólica latente. Persiste uma busca pela espiritualidade, embora a modernidade seja permeada por um intenso processo de comercialização de pensamentos e ideias, que também alcançam o campo da religiosidade através do incentivo ao consumo de diferentes bens simbólicos nessa esfera. Paradoxalmente, as matrizes religiosas se multiplicam e conquistam novos seguidores, apesar do intenso mercado contemporâneo da fé.

Na ótica de Bourdieu (1998), a gênese das práticas religiosas, bem como das estruturas sociais, configura relações intrínsecas que interferem nas ações e interpretações do público. Esse, no processo relacional cotidiano, torna-se agente de construção do *habitus*, influenciado pelas práticas e representações simbólicas de cada espaço social, configurando um campo constituído de novas especificidades. A noção de *campo* é assim passível de construção e reconstrução, sendo influenciada por diversos discursos que compõem a modernidade: o religioso, o educacional, o político, o midiático. Emerge, nesse sentido, a compreensão de que a sociedade se entrelaça com diferentes campos, formatando diferentes configurações identitárias.

As “*artes do fazer crer*” encontram nos dispositivos da comunicação televisiva um campo fértil para o processo de construção de sentidos, desencadeado pelas intencionalidades de cunho religioso e pelos diversos interesses que movem as condições de produção dos discursos do gênero. Assim, pode suscitar novas identidades, considerando que a programação televisiva alcança de modo incisivo tanto aqueles que creem como os que não

creem na temática da religiosidade, em razão do amplo alcance nacional do veículo em questão. Daí, com a pesquisa desenvolvida, buscamos compreender como a interação dos receptores com tal conteúdo seria capaz de alterar os seus critérios de racionalidade, sugerindo uma consciência favorável ou não à mensagem contida nos rituais apresentados e nas horas de pregação da TV Record que ocorrem ao longo do dia.

Ofertas religiosas novas e sedutoras chegam aos lares mediante a atuação da TV como eficiente dispositivo de persuasão da coletividade. Através da tela, diferentes crenças podem ser experimentadas ou descartadas sem nenhum constrangimento, uma vez que em seus ambientes os receptores são livres para realizar suas escolhas, começando esse ritual pela troca de emissoras. A vertente neopentecostal, da qual a IURD é a representante mais visível e promissora, cresce consideravelmente pelo apoio televisivo, sobretudo pelo discurso baseado na fé, no dom e no carisma dos seus líderes, pastores carismáticos e persuasivos.

Nessa perspectiva, o estudo da literatura existente sobre a temática aponta que as novas dinâmicas do campo religioso fazem circular diferentes bens simbólicos, sobretudo mediados pelos dispositivos da comunicação. A programação neopentecostal constrói solidariedade à distância, através dos rituais apresentados na TV, fascinando comunidades emocionais que crescem a cada dia, porque confiam na apologia da prosperidade que a IURD realiza nos templos eletrônicos.

Partindo dessa constatação, passamos a indagar: quais as configurações dos discursos religiosos exibidos pela TV Record? Como suas influências são recebidas e interpretadas, e quais as lacunas e as conexões de sentido que são sugeridas por esse discurso na contemporaneidade? Existe, no âmbito de tal processo, uma recepção social autônoma e ativa? Como ela se posiciona frente aos conteúdos de cunho religioso? Seria tão fácil fascinar as audiências com os rituais espetaculares apresentados?

Entendemos que as mensagens da comunicação são produtos culturais, cujo alcance extrapola o ato de informar, intervindo na consciência dos indivíduos e permitindo a recriação de sentidos. Entretanto, essa consciência deve considerar não apenas a influência do *emissor* no espaço da recepção, mas, sobretudo, as práticas sociais que circundam os *receptores*, pois sabemos que estas engendram novas dimensões culturais.

Desse modo, a cultura perpassa as relações da comunicação. Assim, o delineamento pretendido para a pesquisa precisou considerar essa interface, embasando-se nos estudos da recepção, uma vez que as relações entre mídia e religião não podem ser compreendidas isoladamente, a partir de um olhar dicotômico que separa as impressões do emissor e do receptor, pois ambos são influenciados pela cultura e pela historicidade.

Sobre a midiatização contemporânea, argumenta Fausto Neto (2008) que não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organizar a interação entre os campos sociais, mas de constatar que “a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a *cultura da mídia*” (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

Hoje, as narrativas religiosas, independentemente de vertentes, recebem, portanto, os reflexos dessa influência incisiva da mídia. O suporte televisivo contribui, no nosso entender, para a instauração de múltiplos sentidos que induzem a ações pragmáticas, interferindo nas “leituras” de mundo e nas relações que os sujeitos estabelecem a partir delas. Ou seja, o culto televisivo assume alto poder de convencimento junto à coletividade social. Entretanto, a percepção de que o sujeito-receptor (telespectador) é dotado de especificidades e historicidades que o conduzem a aceitar ou rejeitar os discursos do gênero religioso, nos conduziu a descobrir quais seriam os mecanismos mobilizados no *ato da recepção*.

Nesse processo, as narrativas de caráter religioso requerem mais habilidades e competências interpretativas do público receptor, porque mobilizam aspectos que vão além do ato de ver ou ler a realidade mostrada, sensibilizando a audiência para determinados ângulos dos fatos: estas requerem, na verdade, o entendimento daquilo que constitui *significativamente* as intencionalidades das mensagens (NASCIMENTO, 2010). Esse ato de significação produz as interações socioculturais que se materializam no cotidiano e determinam as escolhas do público. Daí a necessidade de se compreender a *teoria da recepção* como instrumento capaz de explicar as demandas e expectativas que mobilizam não apenas os sujeitos receptores, mas as intervenções sociais.

Martín-Barbero (1999) introduz as discussões sobre recepção com o seguinte pensamento, que julgamos apropriado para as pretensões que mobilizaram essa pesquisa: “temos que estudar não o que fazem os meios com as pessoas, mas o que fazem as pessoas com elas mesmas, o que fazem com os meios, quais são suas leituras” (MARTÍN-BARBERO, 1999, p. 55). Precisamos, pois, conhecer os mecanismos que movem a sociedade, qual é sua capacidade interpretativa e quais são suas expectativas para descobrirmos que tipo de receptor emerge do atual momento histórico.

Trazendo a concepção do autor para nosso propósito, percebemos que as mensagens religiosas não falam por si, mas falam pelas interações que o meio televisivo provoca a partir de suas estratégias de persuasão. Desse modo, o artifício discursivo da Record traz um “manual de uso”, que é socialmente reconhecido pelo público como também

“comercializado” legitimamente, através de um processo de negociação de sentidos: há, nesse processo, um consumo de ideias incentivado pela mídia (NASCIMENTO, 2010).

Conforme Sousa (2002), os estudos de recepção analisam o mundo cotidiano das pessoas e dos grupos sociais: “tais estudos não se interessam somente pelo ato do recebimento das mensagens, mas pelas relações que esse ato provoca” (SOUSA, 2002, p.25). Nesse processo complexo, a espetacularização midiática torna-se espaço fértil para atrair a atenção do público, como se a prática religiosa estivesse autorizada “para dizer o que seria socialmente desejável, normal ou adequado” (BENETTI, 2007, p. 110).

No pensamento de Debord (1997), a espetacularização amplifica os sentidos, fazendo com que a “atração” seja vista como uma mercadoria, permitindo que o espectador crie vínculos com seu cotidiano de múltiplas maneiras, sobretudo aquelas produzidas pela mídia. Para o autor, a vida das sociedades modernas torna-se uma imensa acumulação de espetáculos, numa “relação mediatizada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14).

Através da espetacularização midiática construída pela Rede Record, os pastores-apresentadores capturam a atenção do telespectador, produzindo novos sentidos. A atuação e a performance das lideranças da Igreja Universal, tanto no ambiente dos templos como no estúdio televisivo, é planejada com o intuito de difundir a palavra cristã como mecanismo velado para outras intencionalidades discursivas. Nesse sentido, os testemunhos, os telefonemas e depoimentos dos receptores, nas apresentações ao vivo, são manipulados/editados para a conquista coletiva da admiração/identificação dos fiéis. O imaginário social é mobilizado em nome de uma causa maior: prestar assistência espiritual a quem não possui ou reiterar um discurso que difunde a ideologia da igreja a quem já pertence aos seus quadros de discípulos. Assim, de modo estratégico, o discurso religioso é convertido em discurso social de preocupação com o bem estar coletivo.

O raciocínio do autor indica que há uma produção de novos efeitos de sentidos junto à audiência, emergindo, por mecanismos intencionais de linguagem, a “palavra instituída da igreja” que traz como bônus a cura, o emprego, a paz, a resolução dos conflitos existenciais. E o acesso a tudo isso ocorre sem sair de casa, apenas com a TV ligada. Assim, percebemos que as táticas de convencimento religioso mudaram e dependem de modo incisivo da “centralidade” midiática no cotidiano das pessoas.

2 –TRILHA METODOLÓGICA

O percurso metodológico deste estudo foi pensado para ressaltar a relevância das pesquisas de recepção no campo da comunicação social, dirigindo um olhar para o contexto dos pesquisados, de modo a possibilitar a compreensão de que a *recepção* está sempre atrelada aos dispositivos de *mediação* comunicativa e social. Ressalta Lopes (1999) que as pesquisas de recepção no Brasil suscitam construções “empírico-descritivas”, a fim de que possam “realizar interpretações críticas, culturais e sociais dos processos de comunicação” (LOPES, 1999, p.153).

Sob este fio condutor, a pesquisa, de natureza qualitativa, foi realizada em dois momentos: no primeiro, a programação referente à Igreja Universal do Reino de Deus da Rede Record foi gravada a fim de ser alvo de observação criteriosa. Este procedimento tornou possível *descrever* os aspectos constitutivos dos programas, compreendendo suas particularidades cotidianas e registrando-as num **diário de observação**. Explica Lopes (1999) que pesquisas de recepção como esta “precisa articular a cotidianidade (usos e práticas) às especificidades discursivas do meio televisão” (LOPES, 1999, p. 153). Nessa ótica, os registros e anotações contribuíram para uma percepção ampliada da realidade investigada, de modo que pudéssemos planejar o enfrentamento da situação empírica do estudo através da aplicação dos questionários. Momento significativo de aproximação com as opiniões dos respondentes.

Uma revisão bibliográfica a respeito do aporte teórico escolhido foi o primeiro passo para a concretização da análise proposta, etapa que perpassou todo o processo da investigação. Nesse sentido, contemplamos os *estudos de recepção* efetivados por Martín-Barbero (2009), Sousa (2000, 2002), Fausto Neto (2002) e Lopes (1999, 2010), seguidos de fichamentos de obras recentes, adquiridas para a pesquisa, como a de Martino (2010), sobre *identidade e comunicação*, como também enfoques de mídia, sociedade e religião, com a finalidade de favorecer a compreensão do cenário de religiosidade no país junto à aluna-pesquisadora, o que se tornaria essencial para a análise da TV Record (Oliveira; Reimer; Souza, 2011), (Moreira e Oliveira, 2008), (Souza e Martino, 2004), (Gasparetto, 2011), (Motta, 2002); (Fausto Neto, 2008).

Durante a pesquisa havíamos previsto a gravação de seis programas. Contudo, o *Ponto de luz* se transformou no *Plantão da fé* e o *SOS Espiritual* foi incluído no *Fala que eu te escuto*. Em razão dessa mudança realizada pela emissora, sobretudo na grade de programação local, transmitida de João Pessoa, o número inicial foi reduzido e foram gravados para

observação os conteúdos de: *“Bíblia em Foco”*, *“Santo culto em seu Lar”*, *“Fala que eu te escuto”* e *“Plantão da fé”*.

Vejamos, pois, nossas impressões preliminares a respeito da programação da Record. O programa *“Plantão da Fé”* consiste basicamente em uma espécie de *“Fala que eu te escuto”* local, em que os pastores, quase sempre em dupla, se revezam no atendimento aos telespectadores via telefone, no horário de 2h às 6h. Interessante observar o alto índice de audiência que detém segundo dados do Ibope.

Aos domingos, a programação é também matinal, sendo iniciada pelo culto da IURD, presidido pelo Bispo Edir Macedo e transmitido ao vivo para todas as emissoras afiliadas (em Campina Grande, é a TV Correio que transmite). Durante a exibição, intervenções são feitas diretamente do estúdio, a fim de gerar reflexões no telespectador acerca da liturgia proferida. Na sequência, é exibido *“Bíblia em Foco”*, com um teor muito mais jornalístico. O diferencial do programa é contar histórias bíblicas de forma contemporânea através de reportagens produzidas pela equipe da Record. Para isso, o repórter visita lugares citados na Bíblia para mostrar como vivem as pessoas, seus costumes, tradições, etc.

É importante lembrarmos que entre os diversos programas exibidos pela Record, certamente o mais popular é o *“Fala que eu te escuto”*, que, com o seu formato ímpar, prende a atenção do telespectador abordando sempre temas polêmicos, dando a oportunidade de participação dos receptores ao vivo, inclusive através de redes sociais como, por exemplo, o *Twitter*. Uma das razões deste programa ter altos índices de audiência é, além da abordagem de temáticas atuais, o fato de ser transmitido em um horário mais acessível ao público, por volta de 1h da madrugada, quando muitas pessoas ainda estão acordadas vendo TV.

Para o estudo de recepção, foram aplicados questionários com receptores da TV Record, adultos de 22 a 40 anos, pertencentes a classes sociais e níveis de escolaridade diferentes. Não foi exigida a identificação dos respondentes e nem considerado o critério de religiosidade (ou seja, não se tornou relevante para a pesquisa saber se tais telespectadores seriam membros da IURD). Essas informações foram opcionais, fornecidas de acordo com o desejo de cada um (a). Todavia, alguns revelaram seu nível de instrução e afirmaram não pertencer aos quadros da IURD. A maioria apontou o catolicismo como religião declarada. O instrumento de coleta de dados foi organizado por oito questões, todas abertas, de modo a permitir que os respondentes ficassem livres para expressar suas opiniões, conforme se espera de análises científicas de cunho qualitativo.

3 –A IURD NA TV RECORD

3.1 O viés do programa *Fala que eu te escuto*

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

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

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

A matéria expõe ainda sonoras de pessoas no trânsito opinando a respeito das falas do jornalista da RBS. A maior parte das declarações ouvidas demonstra indignação, mas ainda há quem concorde com as palavras do apresentador. Encerrado o conteúdo jornalístico, entra no ar o Pastor André Cajeú, diretamente dos estúdios do programa, já anunciando o alto índice de audiência naquela noite, e mencionando o congestionamento nas linhas telefônicas.

Sem tecer comentários acerca do conteúdo que foi exibido no início do programa, ele passa a atender os telespectadores de forma imparcial, sobretudo aqueles que julgam as falas de Prates como preconceituosas durante a enquete que foi levada ao ar.

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

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

Nesse instante o apresentador Boris é interrompido pela produção do telejornal que o impede de prosseguir com o comentário, avisando que todos ouviram sua crítica. Aproveitando esse episódio, a produção do programa “*Fala que eu te escuto*” foi ao encontro dos garis que apareceram na reportagem para saber como eles se sentiram ao saberem do comentário de Boris. Para reforçar o conteúdo do material, a mesma equipe buscou conhecer como é o dia a dia dessa classe de trabalhadores e exibiu o conteúdo nessa madrugada. O debate volta aos estúdios do programa, de onde o pastor, em frente ao computador, lê e-mails de telespectadores indignados com o caso mostrado. Entre os textos selecionados destaca-se um que, estrategicamente, foi lido por elogiar o jornalismo da Record.

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

É importante ressaltar que o programa, criado em meados dos anos 90, conta hoje com aparatos tecnológicos que permitem maior interatividade entre apresentador e telespectador. O e-mail do internauta demonstra que o programa tem buscado acompanhar todas as inovações tecnológicas na área de comunicação, a fim de potencializar seu alcance. Além de e-mails comentados, no decorrer dos blocos são exibidas, a todo instante, frases de telespectadores via *Twitter*.

O formato desse programa, que antes debatia somente temas religiosos, atrai hoje a atenção do público por realizar uma espécie de crítica jornalística. Entretanto, tal teor mascara a real intenção da programação, que é conquistar fiéis para a Igreja Universal através da discussão de temas pertinentes à sociedade. Nesta edição, assim como nas demais, as características da religiosidade da IURD se apresentam no final, quando o Pastor revela o resultado da enquete e comenta o fato à luz dos conceitos pregados na sua igreja. Chama atenção a habilidade com que ele consegue encaixar seu discurso às passagens bíblicas:

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

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

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

Nessa oração é possível enxergar fortes traços dos cultos evangélicos, especialmente na forma como o pastor profere as palavras que, de tão fervorosas e em tom grave, fazem com que quem assiste ao programa se sinta verdadeiramente "dentro" de um dos templos da IURD. Quanto à bênção do copo d'água, por ser um rito comum a muitas religiões, também permite que o telespectador, independentemente de crença religiosa, reconheça o ritual e até se confraternize com esse momento.

A observação do programa permitiu visualizar os conceitos relativos à discursividade, através da compreensão da categoria *intencionalidade*, elucidada por Orlandi (2000). Nota-se que a entonação é intencional, pois pretende instaurar um efeito de sentido conduzindo o público a compactuar com a pretensão do discurso que, nesse caso, busca atrair a atenção para o culto de modo a capturar esse telespectador na madrugada seguinte. Percebemos também o

interdiscurso, à medida que o dito jornalístico se mistura ao dito religioso, buscando legitimar a ideologia da igreja.

A vertente francesa da Análise de Discurso, difundida no Brasil através de Orlandi (2001), contribui para a compreensão da historicidade da linguagem. Consideramos esse aporte porque o programa em análise se mantém aberto às influências do contexto histórico-cultural, através de uma ligação com a exterioridade dos fatos (o contexto jornalístico), que, por sua vez, em nome do discurso religioso, exclui a neutralidade discursiva e a linearidade de pensamentos.

3.2 Um olhar sobre o *Plantão da fé*

Espelhando-se no formato do programa anterior, o *Plantão da Fé* concede à programação local um patamar de igualdade em relação à programação nacional. Conduzido geralmente por dois pastores da Igreja Universal, propõe-se a debater com o telespectador temas mais abrangentes, tais como drogas, separação conjugal, conflitos familiares, traição, etc. Nesse programa, o discurso religioso pregado pela Universal fica muito mais evidente, desde a postura dos líderes espirituais que o conduzem até os conselhos que são dados a quem participa através de relatos ou perguntas aos apresentadores.

Para contextualizar tal característica selecionamos o programa exibido no dia 19 de novembro de 2010, que teve como tema “Drogas” e foi conduzido pelos Pastores Isaac e Áureo. Nesta ocasião foi possível identificar características particulares à religião evangélica, como por exemplo, a cura pela fé, por intercessão do Pastor. Diferente do programa anterior, o público que acompanha de casa não opina acerca do tema debatido, mas dá seu testemunho de sofrimento em relação à problemática apresentada, em busca de alcançar uma solução divina para suas “angústias particulares”. Na fala que segue o Pastor Áureo convida a população paraibana a participar por telefone do programa:

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

O discurso do Pastor é visivelmente espetacularizado e apelativo, na medida em que ilude o telespectador oferecendo a cura por meio da fé, utilizando vocativos e exclamações que pretendem alertar e atrair a ação. Gritando e gesticulando de modo exagerado, o pastor

usa a Bíblia como escudo discursivo. É comum vermos esse tipo de prática religiosa dentro dos templos evangélicos, por isso podemos dizer que os recursos audiovisuais conseguem transpor essa realidade de forma singular, ainda mais quando o som da TV em elevação contribui para dramatizar a situação da narrativa. De acordo com Debord (1997), o movimento discursivo espetacular se prova por uma espécie de marcha em círculo: “ao retornar, ao se repetir, ao gritar, ao exclamar, ao continuar afirmando o mesmo, pois tais recursos causam impacto e todo mundo será testemunha do artifício mobilizado” (DEBORD, 1997, p. 181).

Inúmeros telespectadores foram ouvidos nesse programa, mas é importante recortarmos o atendimento feito por telefone a uma moradora do bairro Tibiri II, em João Pessoa, chamada Eliza. A senhora, aparentemente com voz pertencente à terceira idade, relata sentir fortes dores no joelho e solicita a ajuda do pastor. Abaixo, o atendimento transcrito na íntegra:

Pastor Áureo: Eliza, bom dia!

Ouvinte: Bom Dia!

Pastor Áureo: Qual o problema da senhora?

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

Pastor Áureo: Doze anos...

Ouvinte: No joelho, no joelho direito

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

Ouvinte: Creio sim!

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

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

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

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

Pastor Áureo: Isso, a senhora crê em Deus, não crê?

Ouvinte: Creio!

Pastor Áureo: Quanto tempo que a senhora tem essa dor?

Ouvinte: 12 anos.

Pastor Áureo: 12 anos, no joelho?

Ouvinte: No joelho direito.

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

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

Pronto, agora respira fundo, dona Eliza, respira aí! Agora, firma os pés e procura aí a dor.

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

Pastor Áureo: Pode andar, não? Pode andar, pode andar, sim, estou mandando a senhora andar!

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

Pastor Áureo: Tá andando?

Ouvinte: Tô andando!

Pastor Áureo: Bate o pé firme! Bate aí! Tá se sentindo curada?

Ouvinte: Tô, pastor!

Pastor Áureo: A senhora não precisa sentir nada, porque nós cremos que a senhora foi curada, tá livre!

Ouvinte: Tô pastor

Pastor Áureo: A senhora tá entendendo o que aconteceu?

Ouvinte: Tô entendendo!

Pastor Áureo: Dona Eliza, a senhora fala do bairro do Tibiri, não é isso?

Ouvinte: É.

Pastor Áureo: Eu gostaria de atender a senhora aqui no templo maior, nesta sexta feira. Agora já não tem problema, a senhora já tá andando (diz entre risos), pode ir para nossa igreja!

Ouvinte: Tô andando! É verdade!

Pastor Áureo: Nada mais impede ela, Pastor Ysaac, de vir a igreja, não é?.

Pastor Ysaac: Ela tá livre, tá livre. Tá livre agora para ir e vir.

Pastor Áureo: Olha o milagre aí, olha o milagre!!!(Grita e sorri).

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

Pastor Áureo: A senhora pode me procurar 3 horas da tarde hoje?

Ouvinte: Vou sim.

Pastor Áureo: Não é “vou ver” não, hein? A senhora tem que fazer um esforço, viu?

Ouvinte: Como é seu nome?

Pastor Áureo: Pastor Áureo.

Ouvinte: Tá bom, vou lhe procurar.

Pastor Áureo: Então fica conosco na linha que daqui a pouco nós vamos realizar a oração.

A partir desse diálogo visualiza-se a transformação do discurso religioso em espetáculo, através de encenações gestuais, da condução à crença em milagre, da utilização do nome de Jesus como intercessor da auto-sugestão de cura, da mobilização de elementos cênicos semelhantes ao trabalho dos atores quando estão representando nos palcos. Todo o programa obedece a um padrão recorrente: ouve-se o relato do telespectador e aponta-se a solução que, de modo geral, sempre consiste em buscar o templo da Igreja Universal mais próxima. Ou seja: a igreja como fonte de resolução das dificuldades humanas (NASCIMENTO, 2010).

Para reforçar os casos apresentados, no espaço da madrugada, são exibidos testemunhos de fiéis a cada intervalo ou a cada revezamento de pastores. Estes vídeos sempre mostram pessoas que ascenderam espiritual e financeiramente após conhecer a IURD, o que nos permite identificar esta estratégia como ação de convencimento ao telespectador. Debord (1997) argumenta que a autoridade em espetáculo domina a sua cena, por isso não admite réplica: sua verdade é incontestável. O dito reiterado convence de modo inquestionável, mesmo que seja mito. Contudo, ao ser internalizado parece uma verdade real. Os pastores ilustram bem essa perspectiva exposta pelo autor.

3.3 O que diz o *Santo culto em seu lar*

Exibido em todas as manhãs de domingo, a partir das 6 horas, mescla a apresentação do culto da IURD ao vivo com uma atração no estúdio, também ao vivo. Assim como a maioria dos programas, este também se inicia com um testemunho de fé de um fiel. Na análise do programa que foi ao ar no dia 27 de novembro de 2010 destacamos o relato de Adriana, uma jovem que desde sua infância presenciou as brigas familiares dentro de casa, e ainda na adolescência flagrou o pai traindo sua mãe. Devido a isso, diz que se tornou viciada em álcool e drogas. Engravidou de um rapaz, arranhou outro companheiro, mas de tanto ser agredida por ele, decidiu voltar à casa da mãe. A fiel relata que sua vida mudou completamente quando colocou os pés na Igreja Universal, uma mudança que ocorreu especialmente no plano financeiro.

O programa religioso, como o próprio nome sugere, consiste na transmissão ao vivo do culto da Igreja Universal presidido pelo Bispo Edir Macêdo. Nessa ocasião, a liturgia bíblica exposta pelo condutor do ritual foi a “Passagem dos Ossos Secos” (Ezequiel, 37), que prega, entre outras coisas, que nós devemos ser como barro nas mãos de Cristo, para sermos moldados. Após a reflexão do evangelho, o Bispo Edir adverte: “É isso que nós pastores da Igreja Universal do Reino de Deus levamos as pessoas, levamos a palavra de Deus, quem crê, e toma atitude, e obedece, é beneficiado, quem não crê, fica para trás.”.

Essas palavras nos fazem pensar sobre a postura assumida pelos Pastores da Universal: será que a ameaça sutil é a real intenção deles nas pregações religiosas? Incitar a vulnerabilidade dos fiéis, para que estes possam ser *moldados*? Questionamentos desse tipo tem, desde muito tempo, perseguem Igrejas como a Universal, que tem entre suas características um visível apelo ao poder financeiro. E a identidade religiosa pode ser mesmo construída através de táticas tão ameaçadoras? Para Orlandi (2001), a matriz identitária pode advir do discurso autoritário, caso o sujeito não possua elementos de criticidade para construir mecanismos de resistência às cristalizações dos modos de dizer. A persuasão faz parte da historicidade do discurso religioso que aliado aos recursos modalizadores da linguagem manipula efeitos de sentidos e cria mecanismos de convencimento.

O programa também se encerra nos estúdios, quando um pastor realiza o atendimento de telespectadores via telefone e ouve os relatos destes, geralmente em tom de desabafo. O curioso é que ao final de cada ligação recebida, o pastor aconselha o fiel a levar uma *fotografia* ou *uma peça de roupa* sua ou de alguém que precisa de ajuda no próximo culto do domingo. Tal fato é mais uma característica do espetáculo religioso pregado pela Universal.

Logo em seguida mostra mais um testemunho gravado de uma fiel que, após *entregar sua vida* à Universal, através da Fogueira Santa, conseguiu se reerguer, sobretudo

financeiramente. O pastor assim se despede, encerrando mais um culto “poderoso” que “venceu o mal”.

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

3.4 As narrativas do *Bíblia em foco*

Dotado de forte teor jornalístico, o programa *Bíblia em Foco* traz passagens bíblicas explanadas em forma de reportagem. No dia 27 de novembro de 2010, a fuga do povo Hebreu no Egito foi o tema escolhido para a apresentação do dia. Com a finalidade de narrar esse episódio, um repórter da Rede Record buscou seguir os passos de Moisés. A reportagem pretendeu ser minuciosa, mostrando o Egito antigo e o contemporâneo, destacando a sua cultura, seus costumes, sua arquitetura, enfim, a história da região. Como não poderia ser diferente, o programa também se encerra com um testemunho de fé de um telespectador. E mais uma vez o quesito mais evidente a ser destacado é a ascensão financeira da pessoa após “conhecer a Igreja Universal”.

Logo, os discursos inseridos nas narrativas dos programas religiosos não são transparentes, sendo dotados de subjetividades e constantemente reconfigurados pelo trânsito social dos significados, colocando os sujeitos-receptores em contato com realidades (re)construídas. A esse respeito, enfatiza a autora: “como são objetos sociais e possuem materialidade linguística, os discursos sempre derivam para outros discursos possíveis” (ORLANDI, 2001, p.13).

Conforme exposto, os critérios sistemáticos de seleção do *corpus* da pesquisa consideraram o recorte de falas sintomáticas, o conjunto de estratégias observadas nas imagens veiculadas, na atuação dos personagens (pastores-apresentadores), nas ações sugeridas, nos cenários, no ritmo das enunciações e nas estratégias performáticas desenvolvidas. Desse modo, verificamos os testemunhos dos fiéis e as redes de significação implícitas em seus depoimentos, os possíveis efeitos de sentido presentes em suas participações nos programas, os elementos simbólicos da linguagem mobilizados pelos

programas (dramatizações, hipérboles, metáforas, exibidas nos comentários). Tais aspectos nos auxiliaram a perceber as estratégias dos pastores utilizadas para instigar a ação da audiência.

Identificamos assim as marcas discursivas de intencionalidade, visualizando aspectos simbólicos que nem sempre se revelam como explícitos. Essa estratégia metodológica, no nosso entender, foi capaz de sinalizar as possíveis construções identitárias decorrentes dos ditos de cunho religioso, sobretudo pela interconexão entre a linguagem, a imagem e o discurso. Construções essas que, no nosso ponto de vista, resultam de mecanismos incisivos do discurso televisivo para forjar atitudes e imprimir determinadas posturas ou comportamentos.

3.5 A recepção da IURD (*questionários*)

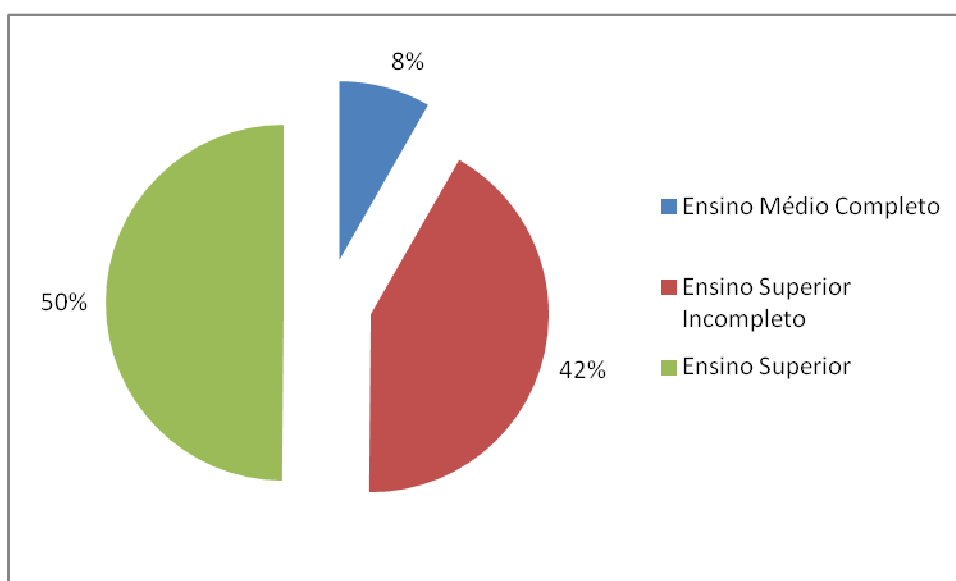
Em busca de refutar ou comprovar as constatações feitas a partir da análise dos programas doutrinários da Rede Record, desenvolvida na primeira etapa dessa pesquisa, colocamos em prática a aplicação dos questionários direcionados aos telespectadores. Para tanto classificamos como candidatos a respondentes receptores que acompanhem ou já acompanharam algum dos programas da Igreja Universal do Reino de Deus, independentemente de sexo, idade ou religião. Para a coleta dos dados, julgamos ser suficiente para a pesquisa de recepção uma amostra de 12 telespectadores, a partir de uma sondagem inicial com mais de 30 pessoas em relação ao fato de assistirem ou não à programação religiosa da TV Record. De acordo com Martín-Barbero (1999), os estudos de recepção não consideram a prerrogativa do aspecto quantitativo do público pesquisado, sendo relevantes, portanto, a abordagem e o tratamento sociocultural que os dados colhidos representam, uma vez que esses são recortados do universo cotidiano social e também são capazes de expressar as práticas e os hábitos dos sujeitos em questão, ampliando-se as leituras dos resultados para as proximidades contextuais de onde se inserem.

Quanto ao instrumento adotado, ressaltamos que os questionários constituem uma técnica de coleta de dados apropriada para as pesquisas de recepção, uma vez que são válidos quando o público pesquisado ultrapassa o número de dez respondentes (RUDIO, 1999), tendo a finalidade de captar as impressões dos informantes sobre os programas alvo da investigação. São adequados, sobretudo, em pesquisas que avaliam a aceitação e/ou rejeição de determinadas atrações televisivas.

No entender de Jacks (2010), as pesquisas de recepção sempre devem ter o objetivo de “sistematizar e avaliar contextos, buscando identificar tendências, lacunas, debilidades e novas perspectivas, tendo presentes a observação e o senso crítico dos pesquisadores” (JACKS, 2010, p. 162).

No que concerne ao tipo de amostra, o número de 12 respondentes também é justificável, pois segundo Rudio (1999), a opção aqui definida é classificada como do *tipo não-probabilística intencional*, uma vez que os elementos são escolhidos conscientemente, por autonomia do pesquisador que já avaliou o campo empírico, “de modo a favorecer a análise pretendida, permitindo ainda que o observador perceba a situação da pesquisa por inferências, aproximações ou analogia” (RUDIO, 1999, p. 63-64).

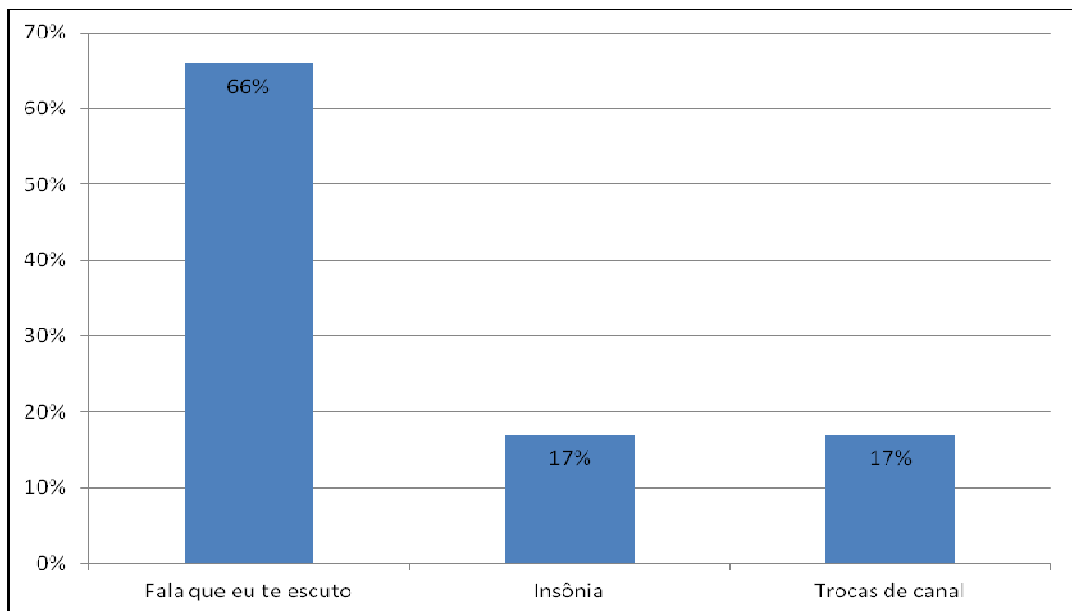
Considerando os critérios citados pelo autor, o roteiro do nosso instrumento de coleta foi composto de 8 perguntas acerca da grade da programação religiosa da emissora em estudo, a fim de percebermos se o público que garante a audiência desses programas consegue visualizar o que constatamos durante a fase de análise já apresentada no tópico anterior deste relatório final (a respeito das intencionalidades discursivas dos pastores da IURD e de suas táticas de espetacularização). Tivemos a preocupação de descobrir se a religião do telespectador entrevistado interfere no modo como este enxerga os conteúdos exibidos, ou se ainda a falta de religião ou a multiplicidade de crenças interferem na audiência ou na interpretação das mensagens. Identificamos o respondente por idade e grau de escolaridade, com faixa etária variável entre 20 e 47 anos. Quanto ao nível de instrução dos pesquisados, 92% cursaram ou estão cursando o ensino superior, como se pode verificar no gráfico abaixo:



Tal fato nos permite refletir sobre a constatação feita na primeira parte da pesquisa, quando as temáticas, a forma de abordagem e o conteúdo dos programas alcançam um público

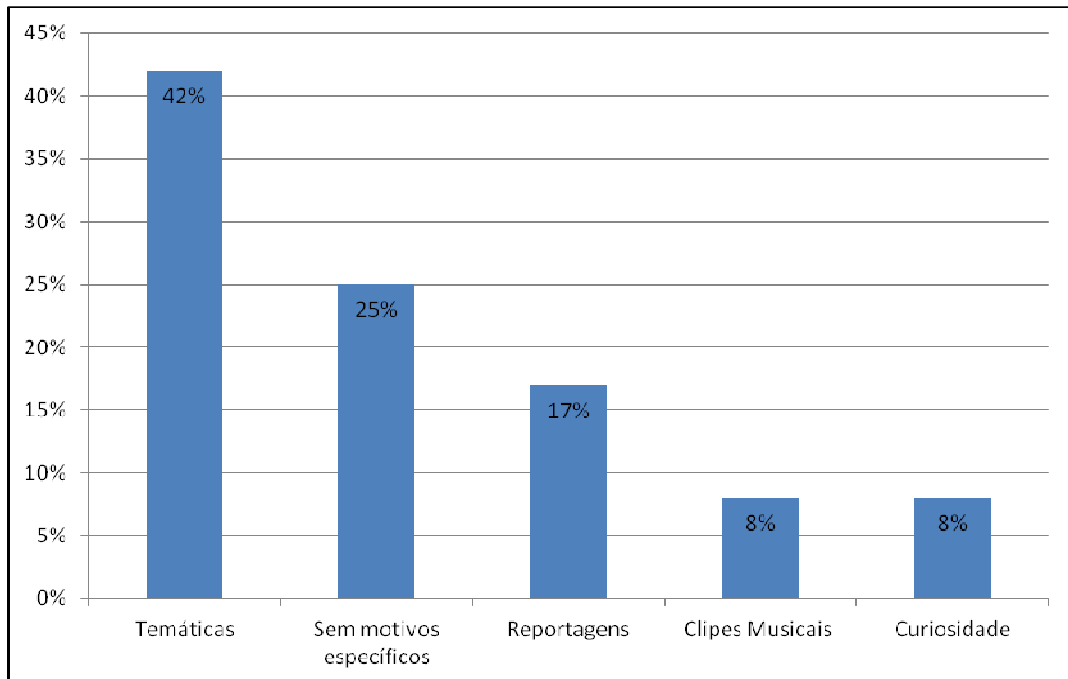
diversificado, atraindo os mais diversos olhares, ainda que isso não signifique fidelidade à emissora ou ao discurso da IURD. O perfil do público que assiste às “horas abençoadas” da Record é, em sua maioria, jovem e tem acesso ao nível superior de ensino.

Sem que listássemos os programas que analisamos nesta pesquisa, perguntamos aos respondentes qual programa da IURD eles costumavam acompanhar. Obtivemos os seguintes resultados: cerca de 17% assistem pelo menos um programa, além do “Fala que eu te escuto”. São eles: “Plantão da Fé” e “Terapia do Amor”. A maioria (67%) dos entrevistados respondeu que assiste e aprecia o “Fala que eu te escuto”. Algumas pessoas relataram não acompanhar nenhum programa específico, alegando que só assistem algum, às vezes, por duas razões: insônia ou durante as trocas de canal na madrugada em busca de conteúdos interessantes. Os seguintes dados apontam:

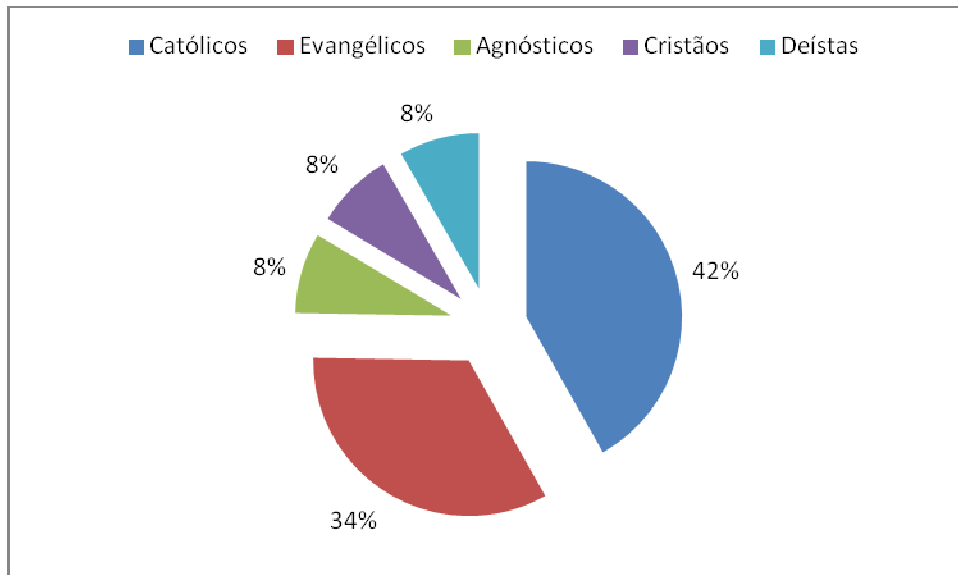


Diante dessa constatação, é pertinente que relembremos o que foi dito a respeito do programa “Fala que eu te escuto”, quando analisamos seu conteúdo tendo o aporte teórico da pesquisa como respaldo das nossas impressões. Percebemos que se trata do programa da IURD de maior audiência por ser exibido em horário mais acessível. Vale salientar que se inicia com reportagens interessantes apresentadas em formato jornalístico, trazendo sua característica religiosa somente no encerramento. Isso pode significar que a audiência se envolve pelo contexto jornalístico e é surpreendida, ao final da atração, com mensagens de cunho evangélico. Isto é, alguns telespectadores podem ter sua atenção capturada por outras razões (temáticas), ou ainda assistirem sem ao certo terem noção de que se trata de uma programação religiosa ou, especificamente, da IURD.

A partir do gráfico apresentado podemos comprovar que se trata do programa mais visto pelos entrevistados. Registramos ainda a parcela que acompanha este canal devido à insônia. Para melhor esclarecer os motivos que atraem estes telespectadores nas madrugadas acrescentamos a seguinte questão: “ Porque você assiste a este programa?”. Seis diferentes razões foram expostas e podem ser melhor compreendidas através do gráfico abaixo:



Constatamos que a estratégia de atrair o público à Record por meio de matérias jornalísticas e que abordam discussões de interesse social tem funcionado, já que a maioria dos respondentes considera as temáticas o principal motivo de acompanharem a programação. É fato que a maior parte dos programas da IURD deixou de apresentar um caráter integralmente religioso. Essa mudança ocorreu em nome da tentativa de fidelizar variadas plateias e, de forma sutil e peculiar, difundir as propostas da Igreja. Podemos observar, no gráfico abaixo, que os participantes da pesquisa possuem distintas religiões e ainda assim assistem à Record, mesmo que ocasionalmente:



Diante do exposto, ponderamos que, de modo diferente do que se imagina, a maioria da audiência da programação televisiva não é evangélica (da vertente neopentecostal da IURD). A pesquisa de recepção também nos revelou que nenhum dos entrevistados frequenta, “presencialmente”, os templos da referida doutrina (uma vez que pela internet é possível assistir a pregações evangélicas sem se deslocar às Igrejas). Além de católicos e protestantes, os respondentes se definiram como Agnósticos, Deístas ou Cristãos. Esse dado omite a dubiedade de crenças, tão comum entre os brasileiros, e também o pluralismo de vertentes, uma vez que não era relevante para o estudo identificar a crença dos telespectadores pesquisados.

Ao avaliarmos a programação e as temáticas exibidas, registramos: drogas, família, prosperidade financeira, ataques a outras emissoras de TV, testemunhos de milagres, entre outros. Em virtude disso, no questionário perguntamos o seguinte: “Quais das temáticas que vão ao ar garantem a sua audiência?”. Todas as citadas anteriormente foram lembradas pelos respondentes. No entanto, outras também apareceram nas respostas, tais como: riqueza, sexualidade, atualidades jornalísticas, clipes musicais, reportagens que expõem celebridades, conversões, etc. É possível percebermos que, quanto mais popular o tema, mais este chama a atenção do público receptor. Por exemplo, se determinado programa escolhe debater atualidades jornalísticas, como desastres ambientais, corrupção política, violência contra a mulher, torna-se mais acessível produzir pautas diárias sem grandes esforços, uma vez que a sociedade os repercute no cotidiano. Nesse caso, cabe à produção da emissora acompanhar os principais fatos e transformá-los em reportagens para que programas como o “Fala que eu te escuto” se tornem pertinentes e oportunos, conquistando a atenção do público.

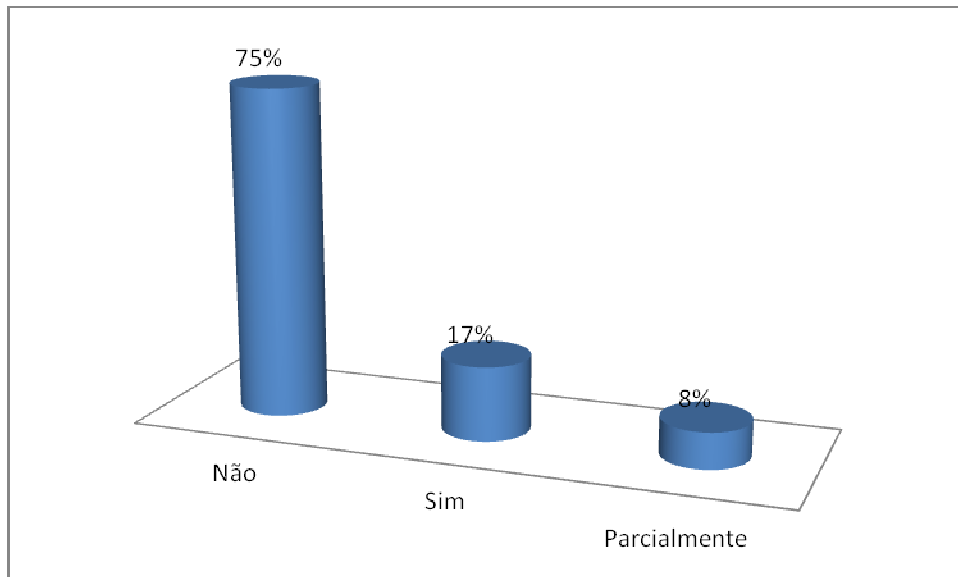
Ainda na questão 3, que indaga sobre as temáticas e a audiência, um respondente afirmou que as críticas as outras religiões “despertam o interesse do público”, assim como os discursos da Bíblia, “embora sejam fora do contexto da discussão apresentada”. Nesse aspecto, notamos que há percepção dos receptores sobre as estratégias utilizadas. Os mais atentos chegam a assistir os programas, mas criticam os conteúdos. Este, por exemplo, acrescentou: “ não gosto quando falam de promessas de libertação, felicidade eterna, solução fácil dos problemas!”.

A presença dos pastores em estúdio é certamente a primeira característica que permite a identificação de um programa de cunho religioso, por aqueles que costumam trocar de canal. Ao sintonizar a TV em um canal com esse tipo de conteúdo espera-se, por inferência, que se repitam na tela práticas comuns aos templos, tais como curas pela fé ou discursos sedutores com promessas de uma vida próspera. Todavia, quando nos reportamos ao “Fala que eu te escuto”, fica difícil perceber essas estratégias, a menos que o conteúdo do programa seja acompanhado até o final, momento em que se realiza a bênção do copo d’água e a oração.

Perguntamos aos nossos entrevistados se estes julgavam a forma de expressão dos pastores-apresentadores exagerada (para descobrir se visualizavam as estratégias de espetacularização mobilizadas nos programas). O resultado obtido apontou que 42% acreditam que sim: há muito espetáculo nos cultos pela TV. 33% dos respondentes julgam que não e 25% acreditam que há exageros dos pastores na apresentação dos programas doutrinários “somente em alguns momentos”.

Questionamos ainda se o discurso desses pastores via TV influenciava na opinião destes telespectadores e obtivemos as seguintes respostas: 50% acham que sim, 17% acreditam que não, 8% afirmam que em alguns momentos, sim; e os outros 25% dizem que “só se influencia quem não possui opinião formada sobre os temas debatidos”. Um respondente declarou que a influência é planejada para atrair os receptores para os templos: “acho que as pessoas dos depoimentos são escolhidas previamente para que possam atestar o discurso da Igreja. Nunca vi ninguém dizer algo diferente.”

Foi bastante curioso verificar, durante a aplicação dos questionários, que nenhuma das pessoas pesquisadas fazia parte da Igreja Universal do Reino de Deus. Todavia, ao indagarmos se estas se sentiam “induzidas” a frequentar os templos da IURD, após ouvirem os discursos dos pastores na TV, uma parcela considerável respondeu que “sim”. Abaixo visualizamos essa constatação:



Na primeira etapa da presente pesquisa observamos como os apresentadores dos programas buscavam seduzir a audiência para frequentar a IURD, mencionando inclusive, de forma repetitiva, os endereços mais próximos da residência dos telespectadores-debatedores das temáticas expostas. Os convites eram formulados às pessoas para que buscassem a solução dos seus problemas em um dos templos (afirmando-se, evidentemente, que tudo seria resolvido nas Igrejas), levando fotografias, peças de roupa, etc. Mas, com os dados obtidos, percebemos que a estratégia não funciona com todos os receptores das mensagens, como pressupomos inicialmente. Os conteúdos debatidos prendem a atenção de quem assiste, porém não garantem o recrutamento de novos fiéis para os templos.

Esse dado revela uma realidade que atesta o poder de persuasão da “Igreja Eletrônica”, conforme salienta Fausto Neto (2002). Segundo o autor, os novos pertencimentos religiosos ocorrem mediante instantes fugazes que dizem respeito à audiência de algum programa ou à emoção provocada pelo impacto de alguma mensagem de cunho religioso. Trata-se de um apelo à subjetividade, via TV, mas sem promover o deslocamento dos receptores, que se acomodam em receber em casa, diante da tela, a assistência espiritual momentânea de que necessitam. A correria da vida moderna e a falta de tempo para frequentar as Igrejas fazem com que os telespectadores diluam (ou diminuam) ainda mais seus pertencimentos ou vínculos religiosos.

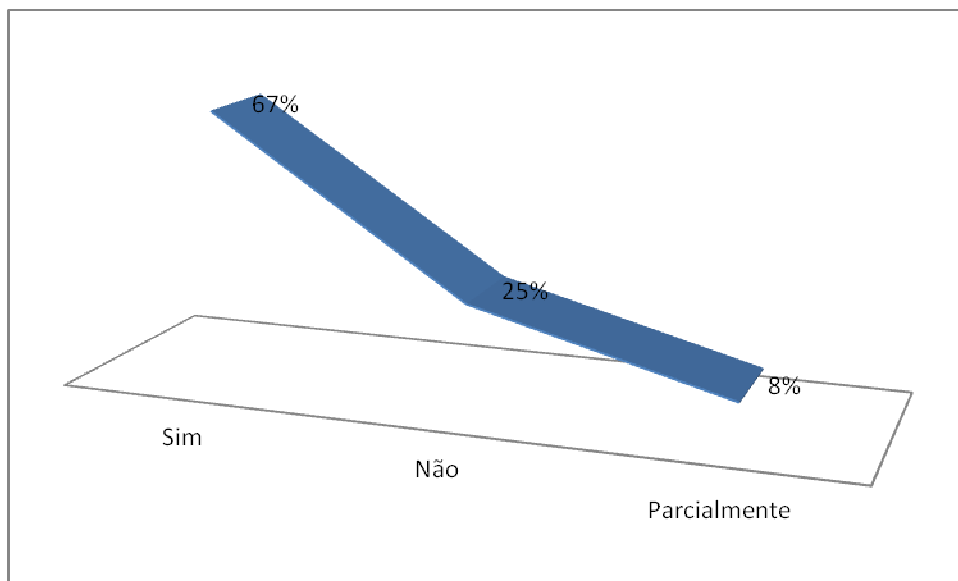
Siepierski (2003) ressalta que a programação da IURD se vale de um conjunto de práticas que reúnem características das religiões populares e de multidões: emoção, ritos de possessão, participação coletiva. É importante vencer o mal, sobretudo em forma de espetáculo” (SIEPIERSKI, 2003, p. 72). Por isso, verificamos, durante a análise da programação, que os pastores, exaltados e gesticulando em demasia, defendiam a

prosperidade financeira, sob a condição de que os receptores se filiassem à IURD, apresentada como a “Igreja que tudo pode, em nome de Jesus”.

Esse fato foi percebido por um dos respondentes e destacado de forma singular. Durante o questionamento realizado, o jovem de 21 anos, que se declarou católico, foi indagado se julgava haver “manipulação” na escolha dos telespectadores ou nos resultados das enquetes do programa “Fala que eu te escuto”, a respeito do sucesso financeiro ou outras promessas do gênero. Obtivemos o seguinte posicionamento:

Acredito que sim. Nesse programa e em todos os outros onde há testemunhos de fiéis. Principalmente, quando falam que hoje possuem carros, casas e dinheiro depois que passaram a frequentar a igreja, e não porque foram trabalhar para poder conquistar esses bens.

Outros respondentes comungam da mesma opinião, neste caso 67% dos entrevistados. 25% crê que não há manipulação alguma e os outros 8% julgam que há parcialmente, como pode ser ilustrado pelo gráfico abaixo:



Outros respondentes compartilham a mesma opinião, sinalizando que visualizam as estratégias de persuasão dos pastores, no sentido de atrelar o sucesso financeiro ou profissional ao fato de pertencerem à IURD. Como vimos, 67% dos entrevistados afirmam que existe manipulação evidente para atrair novos fiéis. 25% crê que não há manipulação alguma nos discursos dos pastores, e a fé de cada um é que seria mesmo o fator responsável para uma vida melhor. 8% julgam que esse tipo de manipulação para a ida à Igreja só ocorre parcialmente na programação religiosa.

Um dos entrevistados disse: “quando o assunto é fé, tudo se torna fácil para influenciar”. Outro afirmou: “tudo é pensado para convencer. Até o tom gradiente da voz que

vai se modificando progressivamente para sensibilizar os fiéis”. “Parece mais um show de marketing para vender a religião”, declarou um jovem de 26 anos. Outra pessoa respondeu: “os pastores são publicitários da fé”. A esse respeito, salienta Siepierski (2003), o neopentecostalismo exercido pela IURD trabalha com o *marketing de ideias*: os pastores não apenas pregam suas verdades, mas “vendem” sucesso, harmonia, amor, paz e todos os bens mais preciosos que o capitalismo da modernidade não consegue comprar. Em razão disso, “Jesus resolve sua vida lá, no templo, desde que você o aceite. Isso faz parte de um discurso que rejeita a inerrância do texto bíblico. A Bíblia é considerada a única regra de fé e prática, e precisa ser *consumida*” (SIEPIERSKI, 2003, p. 74).

“Muitos pastores gritam, são sensacionalistas, fazem muito esforço teatral para dizerem algo que às vezes é muito simples”, observou uma moça de 20 anos. Outra respondeu de modo enfático: “acho muito exagero, porque eles fantasiam demais as histórias que contam na TV”. “Eles são tão convincentes que uma coisa que você nem pensa em acreditar acaba vendo como verdadeira e vai despertando sua curiosidade. Chega ao ponto de pensar em conferir o que vê na televisão”, complementou outra pesquisada.

Nessa perspectiva, observamos que esses dados são muito significativos, porque atestam a influência e o convencimento, inclusive, quando são mostrados na TV pregações e conselhos, ou fatos “fantasiosos”, para usarmos os termos de uma respondente citada acima. Isso atesta o poder da midiatização, uma vez que a religião se apropria de um meio como a TV para difundir preceitos pertencentes a outro contexto, que anteriormente era restrito aos espaços sagrados da religiosidade. É como se a religião se tornasse mais uma atração televisiva em busca de audiência.

Isso ocorre, sobretudo, através da *apologia da prosperidade*, que é uma prática comum aos rituais doutrinários neopentecostais, registrando-se também a estratégia da Igreja, mediante os programas, de facultar aos receptores, sem considerar suas crenças ou tradições, o direito de se responsabilizar por suas escolhas no campo religioso.

Entretanto, para um respondente, os pastores-apresentadores “colocam a Universal como se fosse uma Igreja detentora de todas as verdades”. Nesse sentido, direcionam as escolhas dos telespectadores, induzindo-os a aceitar o discurso da Igreja, que eles defendem de modo tão incisivo. A mesma pessoa ainda declarou: “acho que quem assiste compartilha das mesmas opiniões e passa a influenciar os outros também”.

Sobre a possibilidade de opção religiosa, Moreira e Oliveira (2008) argumentam que, na sociedade moderna e globalizada, os indivíduos são compelidos, incentivados, convocados a moldar sua própria religião, apropriando-se de fragmentos e elementos provenientes de múltiplos sistemas de fé. Em outras palavras, significa dizer que um telespectador hoje

aprecia o discurso de um determinado pastor-cativante, mas pode repelir outro, até mesmo pertencente à filiação doutrinária anterior. Entram em jogo o que Debord (1997) classifica de “carisma” do enunciador das mensagens. Esse mesmo receptor assiste amanhã a um ritual esotérico e acha interessante, demarcando, dessas maneiras, o pluralismo de opiniões e as possibilidades de mudança, em virtude da flexibilidade de pensamentos.

Na primeira situação, o mesmo indivíduo deixa-se convencer pelo discurso da felicidade familiar, comum às práticas da IURD, ou da prosperidade, do sucesso no plano econômico, da resolução dos conflitos, como se alguém ou algum ritual pudesse lhe conceder bem estar. “Existe uma cultura de bens simbólicos no campo religioso que insinua a mudança como sinal de inteligência e autonomia, conseqüentemente, sugerindo que são mais ricas e mais felizes as pessoas que mudam de fé” (MOREIRA; OLIVEIRA, 2008, p. 9).

Diante do exposto, percebemos que os mecanismos de espetacularização utilizados pelos pastores na programação da Record, sinalizam a evidência do processo da midiática contemporânea no campo religioso. O próprio nome Igreja Universal do Reino de Deus transmite, pela ressonância midiática, a ideia de que esse reino não é futuro, mas está presente no cotidiano, acessível a todos, sobretudo se valendo da máxima do seu fundador, Bispo Edir Macedo, que afirma ter como desafio maior “a libertação das pessoas endemoninhadas”. (SIEPIERSKI, 2003, p.85).

Na verdade, a ideologia da Universal defende que o reino de Deus se expande por meio da expulsão do mal (e este entendido não apenas pela figura do “demônio”, mas como uma série de infortúnios postos à humanidade que a Igreja Universal “soluciona”). Desse modo, a programação televisiva é essencial para travar uma luta contra as outras denominações religiosas (“guerra espiritual”, conforme o autor referido) e capturar a simpatia daqueles que se deixam convencer pelas mensagens apresentadas.

Nessa perspectiva, os dados obtidos da recepção dos programas indicam que o processo de midiática é colocado a serviço do movimento de renovação das práticas neopentecostais que já alcançam ampla repercussão social no país. Os dispositivos da comunicação, a exemplo da TV, são mobilizados para esse fim, incluindo nessa dinâmica de apropriação estratégias de apelo emocional e comercial para o convencimento da audiência.

Desse modo, a mediação é possível porque existe a convivência do público, que assiste e se mantém ligado nas mensagens apresentadas. Há uma relação simbólica de concordância, uma vez que os telespectadores sabem que o objetivo dos meios é criar uma ponte de aproximação com a realidade desejada pelo público. E também uma expectativa que cotidianamente se realimenta para materializar um círculo vicioso, capaz de gerar dependência. O fato de se utilizar a TV como artifício para provocar o sono já indica que a

mediação comunicacional é adotada com variados propósitos pela sociedade, suscitando curiosidades, crenças e convicções (NASCIMENTO, 2010).

De acordo com Martín-Barbero (1999), a recepção revela as singularidades de cada parcela social, uma vez que possibilita as inferências de ações, identidades e comportamentos. No percurso deste trabalho, isso se tornou evidente, pois as respostas expõem “achados” que nos permitem antever seus desdobramentos, sobretudo porque nos ancoramos nos teóricos estudados. O processo da recepção telemidiática da IURD apontou que os receptores não apenas compactuam com o conteúdo apresentado, mas também reagem a ele, operam críticas articuladas, tecem comentários sobre o papel incisivo da TV na captura da nossa atenção, além de revelarem suas experiências individuais na seleção de conteúdos. Essa evidência atesta que a TV cria uma rede de relações que nos surpreende, sobretudo quando revemos, talvez, a principal hipótese que deu vida a este estudo.

Nosso problema de pesquisa partiu sobremaneira de uma inquietação: até que ponto a concepção de religiosidade levada ao ar pela IURD revela formas simbólicas e discursivas pré-existentes sugerindo ou estimulando a criação de uma nova identidade religiosa?

Como decorrência, a construção da identidade religiosa via TV perpassou de modo significativo o registro da análise dos questionários, gerando uma preocupação. Sobretudo, porque imaginamos anteriormente (no momento em que propomos o projeto de iniciação científica), que a programação da IURD e suas “horas abençoadas” seriam capazes de fomentar traços identitários de religiosidade favoráveis à doutrina estudada junto aos pesquisados-telespectadores. Entretanto, os dados indicam que as narrativas de suas preferências sempre se mostram incompletas e que nem tudo é revelado a partir das opções do público nem da seleção de um canal televisivo. Sempre falta algo por dizer. Não sabemos se de modo proposital ou se isso, de fato, concerne a um desconhecimento em relação ao que foi perguntado. Por isso, os dados sempre são inconclusos, sobretudo em pesquisas qualitativas.

A esse respeito, Martino (2010) afirma com muita propriedade: “As narrativas de opinião, com a participação da memória, se relacionam com as possibilidades de comunicação do presente para formar um discurso. Mas nem tudo pode ser narrado” (MARTINO, 2010, p. 11).

Nessa perspectiva, falamos aqui em “leituras possíveis”. O autor nos esclarece que escolhemos contar ao nossos interlocutores alguns fatos e esconder outros conforme a situação. Por isso, nós, observadores alheios, temos que ficar atentos quanto às imagens que nos são mostradas. O que elas de fato querem revelar? Às vezes o inconsciente nos trai e dizemos o que não queremos; ou dizemos pouco e nos arrependemos. Seja como for esses recortes de opinião vão construindo fragmentos de atitudes, comportamentos, sentimentos. Os

dados sempre são subjetivos. Enfatiza o autor: “Quando se diz ‘quem é’ para alguém, está se tecendo um caminho possível entre os muitos fatos, acontecimentos passados e presentes. Cria-se uma história. Não a nossa, mas uma que represente nosso eu diante dos outros” (MARTINO, 2010, p. 12).

Na esfera da religiosidade, a identidade dos sujeitos é mais aberta a flutuações e dubiedades, críticas e negações. Torna-se muito fácil rejeitar a opção religiosa dos outros. Mais fácil ainda falar da mesma fé com nossos iguais. No caso do discurso da IURD, os fiéis ou simpatizantes não atribuem aos exageros dos programas televisivos uma noção de sensacionalismo ou espetacularização. Para eles, os pastores expressam suas convicções, defendem com vigor suas verdades, algo que, aliás, compactuam. Há uma identificação e um reconhecimento imediatos. Para os estudiosos da mídia, essas ações são entendidas como estratégias espetaculares, encenações que objetivam lucros no mercado da TV.

Se há ou não identificação, isso não significa formatar identidades. Estamos, pois, no nível das representações simbólicas. Argumenta Martino (2010) que identidade e identificação são questões comunicativas. Por elas expressamos nosso vínculo, nossa aceitação, nossa rejeição, nossa hostilidade. “A decisão individual e a pressão social nem sempre encontram fronteiras definidas – aliás, decidir quem você é, em qualquer campo, implica escolher suas fronteiras” (MARTINO, 2010, p. 13).

No âmbito da religiosidade brasileira, assim como no contexto local, tais fronteiras se mostram muito tênues. Hoje se é algo, amanhã isso pode mudar. Não há garantia de duração, de pertencimento, num panorama social de desencantamentos e incertezas. Sob esse raciocínio, a pesquisa de recepção indica referências importantes, porém não nos oferece convicções. De modo particular, pensamos que somos sempre outras pessoas ao falarmos de nós. Por tal razão, e concordando com o autor supracitado, o conhecimento transformado em relações de comunicação parece ser o início e o fim do longo trabalho de construção da identidade (NASCIMENTO, 2010).

CONCLUSÃO

Em linhas gerais, a Teoria da Recepção é importante para o estudo qualitativo de uma audiência. Entre outras coisas cabe à análise de recepção o questionamento e os comentários da interpretação de conteúdos. Esse campo tem como característica principal a comparação dos discursos dos meios. A interpretação das análises está interligada aos contextos sociais das realidades envolvidas, possibilitando ainda acesso as mediações em seus diversos ângulos. Para Martin-Barbero (2009) as mediações devem ser entendidas como formas de produção e reprodução dos significados sociais, possibilitando assim a compreensão do caminho percorrido desde a produção até a recepção. Essas mediações favorecem a estruturação e organização das percepções conforme a realidade do receptor.

No caso da pesquisa em questão temos a TV como uma instituição mediadora e veiculadora de conteúdos cujos significados são parte constituinte da realidade social do receptor, tanto que podemos dizer que ela fomenta hábitos sociais que determinam como os conteúdos serão consumidos, por exemplo, o costume de trocar de canal durante os intervalos comerciais. Além disso, a TV é um meio tecnológico capaz de incitar reações emocionais e racionais nos telespectadores. Esta característica pode ser facilmente identificada na fala de um dos respondentes (21 anos):

[...] Eu, que acredito ter opinião formada com relação a alguns temas, fico balançado com a capacidade de oratória e convencimento dos pastores, que acabo “acreditando” nas histórias, em testemunhos, naqueles óleos sagrados do monte Sião etc. Realmente, a busca por novos fiéis e a manutenção dos existentes desperta a criatividade dos pastores e os transformam em publicitários da fé.

Esse depoimento denuncia a força que o discurso televisivo que programa em questão tem, a ponto de fazer com que o telespectador sinta que suas crenças, já estabelecidas, sejam postas em cheque. Mesmo aqueles que relataram que os discursos só eram capazes de influenciar pessoas sem opinião formada, reconheceram também o poder da mediação proporcionada pela programação em questão. “Eles não convencem as pessoas esclarecidas, apenas as que se deixam influenciar, o que também poderia acontecer por outros meios.”

A influência da programação da IURD, deste modo, funciona nos moldes da mecânica de mediação que tem por objetivo o convencimento de seu telespectador, de forma a que ele adote para si os discursos veiculados, uma vez que, como se sabe, estes programas são pensados e exibidos para que o raio de alcance da influência da igreja seja amplificado, lançando mão da grande abrangência que o meio televisivo possibilita, além de se valer da gama heterogênea de públicos alcançáveis através desta mídia. Gama esta muito bem

constatada dentre os sujeitos entrevistados, que não fazem parte apenas do universo religioso protestante. O fato de se poder atingir mesmo a um agnóstico serve como motivador da programação, pois, como já dito, a intenção é de convencer, de atrair mais adeptos para a IURD.

Assim, os programas, no contexto da influência midiática, precisam ser concebidos de modo a captar a atenção não só daqueles que já aderiram ao nicho religioso em questão, mas de modo que vários públicos se identifiquem com as mensagens exibidas. É claro que pensar no telespectador ateu, por exemplo, ao definir quais matérias serão transmitidas não significa necessariamente que essas matérias serão percebidas por este tipo de audiência do modo como se intentou.

É preciso conhecer o modo como a informação via TV chega aos telespectadores para definir o tipo de mediação. Ainda de acordo com Martín-Barbero (2009) a mediação situacional é capaz de identificar as plateias, se os indivíduos estão sozinhos ou acompanhados, atentos ou dispersos, discutindo ou não os conteúdos que estão recebendo. Nas respostas obtidas, surgiram depoimentos que comprovam a esfera situacional como determinante para o processo de envio/recepção da mensagem: “Não assisto, apenas vejo durante a mudança de canal.”

Deste modo, esperamos que este estudo inspire novas pesquisas, atentas ao processo de midiatização contemporânea, capazes de aceitar o desafio de buscar compreender as relações entre religiosidade e produtos midiáticos na construção identitária dos receptores.

REFERÊNCIAS

- BENETTI, Marcia.** Análise do Discurso em jornalismo. In: **LAGO, Cláudia;**
- BENETTI, Marcia (Orgs).** **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2007.
- BOURDIEU, Pierre.** **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- CERTEAU, Michel de.** **A invenção do cotidiano.** Petrópolis: Vozes, 1999.
- DEBORD, Guy.** **A sociedade do espetáculo.** São Paulo: Contraponto Editora, 1997.
- FAUSTO NETO, Antonio.** **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades: dimensões discursivas.** Intertexto. Vol. 2. Nº 7. Porto Alegre: UFRGS, 2001.
- _____. **Midiatização e processos sociais 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.
- GOMES, Pedro Gilberto.** O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade, a relação mídia e religião. In: **FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto; BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo (Orgs).** **Midiatização e processos sociais na América Latina.** São Paulo: Paulus, 2008.
- GUERRIERO, Silas (Org).** **O estudo das religiões: desafios contemporâneos.** São Paulo: Paulinas, 2003.
- _____. A visibilidade das novas religiões no Brasil. In: **SOUZA, Beatriz Muniz de; MARTINO, Luís Mauro Sá (Orgs.).** **Sociologia da religião e mudança social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil.** São Paulo: Paulus, 2004.
- HALL, Stuart.** **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- JACKS, Nilda.** Pesquisa de recepção: empírica por natureza. **LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BRAGA, José Luiz; MARTINO, Luiz Cláudio (Orgs).** **Pesquisa empírica em comunicação.** São Paulo: Paulus, 2010.
- JENKINS, Henry,** **Cultura da Convergência.** São Paulo : Aleph, 2008.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de.** Explorações metodológicas num estudo de recepção de telenovela. IN: **LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org).** **Temas contemporâneos em comunicação.** São Paulo: Edicom/Intercom, 1999.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BRAGA, José Luiz; MARTINO, Luiz Cláudio (Orgs).** **Pesquisa empírica em comunicação.** São Paulo: Paulus, 2010.
- LUZ, Marcelo da.** **Onde a religião termina?** Foz do Iguaçu: Associação Internacional Editares, 2011.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús.** **Dos meios às mediações: Comunicação Cultura e Hegemonia.** Tradução de Ronald Pólito e Sérgio Alcides. 6. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

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

_____. **Comunicação e identidade**: Quem você pensa que é?. São Paulo: Paulus, 2010.

MOREIRA, Alberto da Silva. O futuro da religião no mundo globalizado: painel de um debate. In: **MOREIRA**, Alberto da Silva; **OLIVEIRA**, Irene Dias de. (Orgs). **O futuro da religião na sociedade global**: uma perspectiva multicultural. São Paulo: Paulinas, 2008.

MOREIRA, Alberto da Silva; **OLIVEIRA**, Irene Dias de. (Orgs). **O futuro da religião na sociedade global**: uma perspectiva multicultural. São Paulo: Paulinas, 2008.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. IN: **LAGO**, Cláudia; **BENETTI**, Marcia (Orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

NASCIMENTO, Robéria Nádia Araújo. **Horas Abençoadas: a construção da identidade religiosa no discurso televisivo**. Projeto de Pesquisa. CNPQ/UEPB/PIBIC, 2010.

OLIVEIRA, Irene Dias de; **REIMER**, Ivoni Richter; **SOUZA**, Sandra Duarte (Orgs). **Religião, transformações culturais e globalização**. Goiânia: PUC Goiás, 2011.

ORLANDI, Eni. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 2000.

_____. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 2001.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1999.

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

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUZA, Mauro Wilton de (Org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

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

SOUZA, Beatriz Muniz de; **MARTINO**, Luís Mauro Sá (Orgs.). **Sociologia da religião e mudança social**: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil. São Paulo: Paulus, 2004.