
Análise discursiva da produção jornalística sobre os evangélicos: uma revisão¹

Mariana Freitas Alvim²

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Resumo

O artigo se propõe a reunir pesquisas publicadas na área da comunicação que têm como objeto a cobertura jornalística recente sobre os evangélicos, com foco em veículos da dita “mídia tradicional” e leiga (não religiosa) e sobretudo da mídia impressa. Representantes de um tema de estudo ainda pouco explorado, estas análises adotaram metodologia semelhante e indicaram resultados que dão sinais de um terreno fértil para mais investigações – envolvendo questões como a existência de um *status quo* discursivo católico; e o embate entre vozes legitimadas ou não pela ciência.

Palavras-chave

Evangélicos; jornalismo; análise de cobertura jornalística; análise de discurso; estereótipos.

Introdução

Os evangélicos e suas diversas denominações se estabeleceram no Brasil há mais de um século, com expoentes como a igreja Assembleia de Deus nascendo ainda no início da década de 1910³. Mas é apenas com a redemocratização e a apropriação pelos religiosos da produção midiática, como protagoniza a Universal do Reino de Deus⁴, que parte da população brasileira e da mídia dita tradicional – aqui entendida como reprodutora de técnicas próprias do gênero jornalístico e com origem e função comercial – parecem ter se despertado para este fenômeno.

No caso dos universais, por exemplo, a antropóloga Clara Mafra (2001) descreveu que a primeira década de sua existência passou com uma relativa invisibilidade social; o aumento da visibilidade ocorre com a transição democrática, em

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação e Religião, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (IFCS/UFRJ) e doutoranda em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Email: mariana.alvim@globo.com

3 A Assembleia de Deus, igreja evangélica com o maior número de adeptos no país segundo dados do Censo 2010 (IBGE, 2012) - mais de 12,3 milhões - foi fundada em 1911 em Belém do Pará por Daniel Berg e Gunnar Vingren, missionários de origem sueca.

4 A igreja Universal do Reino de Deus foi fundada em 1977 no Rio de Janeiro pelo então pastor Edir Macedo; a instituição marca uma nova fase do pentecostalismo no Brasil, a do neopentecostalismo, como será detalhado à frente.

que representantes de grupos evangélicos assumem presença mais marcante na Constituinte e na campanha eleitoral de 1989.

A autora destaca marcos na cobertura da imprensa sobre estes grupos.

O currículo de formação de multidões segundo uma retórica persecutória se intensifica no ano de 1995, quando a concessão da Rede Record é confirmada para membros da Universal e a Rede Globo passa a realizar uma série de programas procurando criminalizá-la. Segundo o antropólogo Emerson Giumbelli, que fez um cuidadoso trabalho de arquivo sobre a questão, o ponto principal de acusação é o mau uso do dinheiro no culto religioso. (MAFRA, 2001, N.P.).

Entre as reportagens daquele ano destacadas está, por exemplo, uma do programa televisivo Fantástico, da emissora Rede Globo, que mostrou o pedido de contribuição financeira aos fiéis em um culto da Universal, através de vídeos feitos com uma câmera escondida; outra, do Jornal Nacional, também da Globo, exibiu o pastor Von Helder chutando a imagem de Nossa Senhora Aparecida.

Também recente parece ser a própria análise, no campo da comunicação, da produção jornalística referente aos evangélicos – que, como veremos, inclui pautas com caráter mais comportamental às que cobrem a atuação deste grupo religioso na política.

Com o intuito de reunir o estado da arte de estudos sobre esta cobertura jornalística, foram buscadas palavras-chave (“jornalismo”; “cobertura jornalística”; “produção jornalística”; “evangélicos”; “mídia”; “mídia impressa”) em bancos de artigos, dissertações de mestrado e teses de doutorado como o Google Acadêmico; o Portal de Periódicos da Capes; o Catálogo de Teses e Dissertações da Capes; e os anais da Compós e da Intercom.

Por interesse de pesquisa, originalmente o foco esteve em estudos com *corpus* do jornalismo impresso – ou, com o advento da internet, aquele originado em jornais e revistas impressos tradicionais e hoje continuado com a publicação *online* de conteúdo no formato prioritário de texto. Mas, como são ainda escassos os estudos com este recorte, foram incluídos também aqueles que abarcaram a produção televisiva.

Também por terem sido poucos os resultados encontrados na busca por palavras-chave, foi possível ler todos estes trabalhos na íntegra – o que, por ora, contorna as limitações que rondam pesquisas de estado da arte, com uma proposta inventariante e descritiva da produção científica como esta. Conforme aponta Ferreira (2002), a busca

em catálogos e a seleção do *corpus* a partir de resumos podem deixar escapar material por conta de aspectos cronológicos, como pesquisas não computadas; ou questões de apresentação, como títulos e resumos mais ou menos curtos, longos, densos ou subjetivos.

O recorte cronológico também é aqui favorável neste sentido, já que, na leitura histórica apresentada por Mafra (2001), a cobertura jornalística sobre os evangélicos é impulsionada na década de 90 – e, em consequência, é a partir deste ponto que passam também a surgir trabalhos científicos na área da comunicação sobre esta produção midiática.

Assim, serão introduzidos aqui um artigo apresentado na Intercom Nordeste de 2009, intitulado “Fé e mídia: Breve análise do discurso da revista Veja sobre o crescimento evangélico no Brasil” e de autoria de Lilian Reichert Coelho, José Guibson Dantas e Vanina Silva Sá Ferreira; a dissertação de mestrado “O telejornalismo na construção da identidade religiosa: representações evangélicas no Jornal Nacional e Jornal da Record e sua recepção por fiéis metodistas e batistas”, de Hideide Brito Torres, apresentada em 2011 na Universidade Federal de Juiz de Fora; e o artigo “Religião no noticiário: marcas de um imaginário exclusivista no jornalismo brasileiro”, publicado em 2016 por Magali do Nascimento Cunha.

Antes da apresentação das propostas destes trabalhos e seus resultados, exporei brevemente explicações e debates sobre denominações evangélicas recorrentemente citadas não só na mídia, mas também entre os próprios religiosos e na literatura.

Denominações

Todo autor que se propõe a abordar as divisões sob o abrangente grupo dos evangélicos parece fazer questão de destacar a complexidade e fragilidade desta tarefa. Mafra (2001), por exemplo, fala em uma *disputa normativa interminável*. A história, porém, pode segundo a autora orientar jogando luz sobre alguns marcos que acompanham estas denominações.

No contexto brasileiro, consolidou-se chamar de *evangélicos* seguidores de igrejas com origem na Reforma Protestante, no século XVI, e aquelas *pentecostalizadas* – uma vertente formada nos Estados Unidos como uma dissidência do protestantismo. Estas igrejas, em comum, adotam uma atitude *evangelizadora* – tendo como missão propagar a mensagem cristã centrada no Novo Testamento.

Após séculos de domínio do catolicismo no Brasil, intimamente ligado à colonização portuguesa, igrejas com origem protestante passaram a ter permissão para fincar raízes no país, sobretudo a partir do final do século XIX. Chamadas também de *igrejas históricas de missão*, elas foram representadas pelos luteranos, presbiterianos, anglicanos e metodistas. Enquanto isso, os batistas, mais autônomos e com práticas e caráter popular rejeitados inclusive por aquelas denominações, mais tradicionais, deram origem ao pentecostalismo.

Mariano (1999) também reconhece a complexidade e a fragilidade da categorização de grupos religiosos, mas recorre igualmente a características histórico-institucionais e doutrinárias no desenho destas fronteiras. Para o pentecostalismo no Brasil, ele propõe três classificações: o pentecostalismo clássico, o deuteropentecostalismo e o neopentecostalismo. Esta divisão faz referência a trabalhos de e debates entre outros estudiosos, sendo a obra do sociólogo Paul Freston⁵, que tipificou as três ondas do pentecostalismo no Brasil, uma das mais marcantes e explicitada pelo autor.

A primeira fase proposta por Mariano, a do *pentecostalismo clássico*, tem como marcos as inaugurações na década de 1910 da Congregação Cristã⁶ e da Assembleia de Deus – com diferenças importantes entre si, mas representantes de uma etapa *clássica* por seu pioneirismo histórico.

A próxima etapa, nomeada por Mariano como a do *deuteropentecostalismo*, se firma não tanto por diferenças doutrinárias em relação ao pentecostalismo clássico, mas se destaca pela data e local de surgimento de novas igrejas, sobretudo nos anos 50 e 60 em São Paulo. Aliás, esta etapa marca o início de uma significativa fragmentação denominacional do pentecostalismo, com igrejas de maior e menor porte surgindo e representando diversificações doutrinárias e inovações proselitistas.

Já o *neopentecostalismo* tem não só um marco temporal, entre as décadas de 70 e 80, sobretudo com a fundação da igreja Universal do Reino de Deus, mas também características teológicas significativamente diferentes – como a exacerbação da guerra espiritual contra o Diabo e a pregação da Teologia da Prosperidade, segundo aponta o autor. Ele lembra que o termo neopentecostalismo é bastante consolidado não só na

5 A tipificação é apresentada em diversos escritos do autor, mas talvez a referência mais frequente e relevante seja à tese de doutorado de Freston pela Universidade Estadual de Campinas, intitulada “Evangélicos e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment” (1993).

6 Inaugurada em 1910 nos estados de São Paulo e Paraná sob as mãos do missionário italo-americano Luigi Francescon.

academia, mas também na imprensa e pela própria Universal, que assim se autodenomina.

Outra característica bastante relevante dos neopentecostais, como representa a Universal, é o investimento em atividades fora da igreja, como empresariais, políticas e midiáticas – com conteúdo religioso disseminado através do mercado fonográfico, editorial e das telecomunicações. Inclusive, alguns autores chegaram a chamar de *igrejas eletrônicas brasileiras* a Universal do Reino de Deus e a Internacional da Graça de Deus⁷ por seus investimentos nos meios de comunicação (MARIZ, 1995). Enquanto isso, a exposição midiática é evitada por algumas denominações evangélicas, como a Congregação Cristã, pioneira da primeira onda do pentecostalismo e cujo caráter sectário e exclusivista é marcante (MARIANO, 1999).

Ainda em relação à categorização dos evangélicos, outra referência importante é a usada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no Censo Demográfico. No Censo 2010, os evangélicos são considerados um subgrupo do cristianismo, assim como é o catolicismo. Em seguida, as igrejas evangélicas são divididas em “evangélicas de missão” (Luterana; Presbiteriana; Metodista; Batista; Congregacional; Adventista; outras); “evangélicas de origem pentecostal” (igrejas Assembleia de Deus; Congregação Cristã do Brasil; O Brasil para Cristo; Evangelho Quadrangular; Universal do Reino de Deus; Casa da Bênção; Deus é Amor; Maranata; Nova Vida; renovadas não determinadas; comunidades evangélicas, e outras); e “evangélica não determinada” (IBGE, 2012).

Corpus: os superlativos

Todas as pesquisas sobre a cobertura da imprensa sobre os evangélicos aqui apresentadas justificaram a escolha por seus objetos pela audiência ou volume de público alcançado: é o caso na mídia impressa do destaque à revista *Veja*, da editora Abril (COELHO; DANTAS; FERREIRA, 2009), e ao jornal *Folha de São Paulo* (CUNHA, 2016); e na televisão, da opção pelo *Jornal Nacional* (Idem). Torres (2011) considerou também o *Jornal da Record*, da rede Record, pelo interesse no vínculo da

⁷ Também considerada neopentecostal, foi fundada no Rio de Janeiro em 1980 por Romildo Ribeiro Soares, antes fortemente vinculado à Universal do Reino de Deus.

emissora com os evangélicos⁸, o que poderia demonstrar diferenças de cobertura na comparação com um veículo sem esta origem.

O artigo que analisou a cobertura da Veja selecionou sete edições sobre este grupo religioso entre os anos 80 e 2000, focando principalmente em duas reportagens de capa, de 1981 e 2002. Recorrendo à análise do discurso francesa, o estudo buscou em fotos e nas palavras a intertextualidade, como nas referências dos textos a passagens bíblicas; a ironia e a explicitação do enunciador levando em conta características próprias do gênero jornalístico (COELHO; DANTAS; FERREIRA, 2009).

Já a dissertação apresentada por Torres (2011) teve como objetivo inicial analisar o telejornalismo a partir de todas as edições do Jornal Nacional e do Jornal da Record veiculadas entre agosto de 2009 e abril de 2010. A pesquisa focou também, neste período, na cobertura de eventos importantes para a comunidade evangélica, como a Marcha para Jesus⁹. A autora define como base metodológica a análise de discurso francesa e Michel Foucault como principal referência teórica – que lhe dará base para cumprir o objetivo de encontrar marcadores de identidade e alteridade nos telejornais.

Outra parte fundamental do estudo de Torres é a realização de entrevistas com grupos focais formados por religiosos sobre a cobertura jornalística – neste caso, participaram protestantes históricos, e não neopentecostais, como é mais frequente, o que a autora destaca ser um diferencial de seu trabalho. Os grupos foram formados por fiéis das igrejas Batista e Metodista em Cataguases (MG).

O artigo publicado por Cunha (2016), por sua vez, analisou reportagens de 2014 do “Jornal Nacional” e “Folha de S. Paulo”. Como as outras pesquisas aqui apresentadas, esta também levou em conta reportagens – e não outros tipos de conteúdo, como colunas e editoriais. Mas, diferente dos outros estudos, em que o *corpus* incluía apenas reportagens pré-selecionadas referentes aos evangélicos ou cristãos, o trabalho de Cunha englobou o noticiário de 2014 referente às religiões como um todo – considerando, por exemplo, a ascensão do autodenominado grupo Estado Islâmico no Oriente Médio às missões papais.

A própria autora detalha os procedimentos adotados:

8 A emissora foi comprada por Edir Macedo, fundador da Universal do Reino de Deus, em 1989; apesar da influência do grupo religioso na programação não ser abertamente assumida, há diversos programas com conteúdo permeado pela fé cristã. Também permeia a trajetória da emissora casos de funcionários e ex-funcionários apontando esta influência na produção do canal.

9 Evento realizado anualmente em São Paulo e dito “interdenominacional”, mas com organização liderada desde o início, em 1993, pela igreja Renascer em Cristo.

Com base no material coletado, foi aplicada a metodologia da análise de conteúdo por meio: (1) da verificação da incidência de palavras-chave relacionadas ao tema “religião”; (2) da análise dos conteúdos verbais do título e dos corpos de textos. Para verificação de incidência e dos conteúdos verbais, foram utilizadas as seguintes palavras-chave: religião, cristianismo, cristão, católico, papa, evangélico, judaísmo, judeu, judaico, islamismo, islã, muçulmano, budismo, buda, dalai lama, candomblé, umbanda, umbandista, espiritismo, espírita, fundamentalismo (Ibidem, p. 7).

Ainda que o número de matérias levantadas contendo palavras-chave na temática religião tenha chegado à ordem das centenas, Cunha destaca que trata-se de uma parcela inexpressiva quanto ao quadro geral das matérias produzidas, o que indica que o tema não é uma prioridade nessas mídias – não há, por exemplo, uma seção ou editoria para cobertura especializada.

Expansão, distanciamento e hegemonia

Após analisar as sete edições da *Veja* que fizeram parte do *corpus*, Coelho, Dantas e Ferreira (2009) apontaram como um dos principais resultados a frequência da abordagem sobre o aumento de evangélicos no Brasil – presente em quatro das edições estudadas. Para os autores, este avanço é caracterizado negativamente na década de 80, já que são usadas palavras como “agarrar”, “ofensiva” e “presa”.

Os autores percebem, na produção deste período, um enquadramento mais estereotipado, em que são destacados os baixos níveis de escolaridade e renda de pastores e fiéis – colocados, assim, como pessoas que se entregam passivamente a uma “investida violenta” (Ibidem, p.6). Transformações no estilo de vida após a conversão e os diferentes costumes deste grupo também são apresentados pela reportagem, que expõe por exemplo diferenças entre os cultos evangélicos e as missas católicas e orientações da religião para a vestimenta.

Já na edição de 2002 da *Veja*, os autores apontam para uma cobertura mais positiva sobre os evangélicos, que parece acompanhar a ascensão socioeconômica deste grupo, algo que vai ao encontro do perfil dos próprios leitores da revista. Observa-se que “ser evangélico não significa mais ser ignorante e ‘assediado’ pelas denominações”: “A busca pelo progresso material e o modelo ético disseminados pelas religiões pentecostais são exemplos positivos a serem adotados pela política brasileira” (Ibidem,

p. 12). Sobre a política, a revista menciona a já significativa participação evangélica entre fiéis – e eleitores – e candidatos. De acordo com o artigo que analisou a Veja:

Em 1981, os evangélicos eram vistos como pessoas pobres que se rendiam facilmente aos atrativos das igrejas. [...] As igrejas, visando a atingir o maior número de fiéis, utilizam estratégias como os meios de comunicação para “assediar” as “massas empobrecidas” que, na opinião de Veja, não têm outra alternativa senão render-se ao ilusionismo praticado pelos pastores. O baixo nível de instrução dos pastores é comparado à erudição dos padres. A religião evangélica é considerada seita, os cultos são barulhentos e em forma de espetáculo, além de visar exclusivamente ao lucro. A arrecadação de dinheiro é interpretada como comercialização da fé e é a crítica mais enfatizada, em especial, a praticada pela Igreja Universal. [...] Já em 2002, a reportagem apresenta visão mais positiva do evangélico, ao vinculá-lo como portador de possível capacidade de mudança no perfil social brasileiro. Sob uma visão mercadológica, as igrejas são vistas como empresas que mantêm relações contratuais com os fiéis e programam seus cultos de acordo com o público a que se destinam, já que não se restringe mais aos pobres, mas se estende a todas as camadas sociais (Idem).

Em comum, ao longo destas duas décadas de cobertura, os pesquisadores percebem que declarações de especialistas, como sociólogos, são colocadas como a expressão de uma “voz legítima” – em detrimento, por exemplo, das falas dos próprios religiosos. O uso de dados quantitativos e do discurso indireto (atribuindo informações a fontes externas, como por exemplo “de acordo com”, “segundo”), sobretudo na produção mais tardia da revista (próxima a 2002), também vai ao encontro da busca pela verdade como preceito jornalístico.

Isto é algo bastante trabalhado também por Torres em sua dissertação (2011), em que a obra de Foucault contribui com o que o autor chamou de *disciplinarização dos saberes* – a exigência, na sociedade, da comprovação empírica para que um saber seja alçado à condição de ciência. Sob essa perspectiva positivista, a religião não possui esse *status*; já o jornalismo “traz uma promessa de objetividade e veracidade que faz com que seu discurso seja atravessado constantemente pelo discurso científico” (Ibidem, p.43).

Especialistas, muitas vezes, são consultados para dar seu parecer acerca do aspecto religioso abordado, uma vez que, na acepção científica, os religiosos não teriam “mérito” em falar por si mesmos e o fazem somente ao nível da experiência, do emocional, no sentido de possibilitar a aproximação entre o telejornal e seu telespectador.

Assim, mantém-se uma identidade evangélica calcada na alteridade, a partir das falas de autoridade dos portadores do saber legitimado e, portanto, detentor do poder de discurso sobre esses grupos. De acordo com essa estratégia fica, ainda, preservada a objetividade, categoria fundamental da projeção identitária do jornalista (Ibidem, p.44).

Torres observa que o Jornal da Record também usa estes recursos objetivando a imparcialidade, apesar dos vínculos da emissora com a Igreja Universal.

Ainda assim, nos grupos focais da pesquisa, os participantes encararam a produção da Record como permeada pelo interesse em depreciar o catolicismo; também nas reportagens da Globo, haveria a apresentação depreciativa dos evangélicos por conta da ligação da emissora com o espiritismo e o catolicismo – este entendido pelos entrevistados como a religião oficial do país. Para estes grupos, a negatividade na cobertura esteve representada principalmente em reportagens sobre escândalos envolvendo dinheiro nas igrejas evangélicas.

Por sua vez, na cobertura de ambos telejornais, o uso do condicional e do futuro do pretérito, com frases como “Jesus teria caminhado”, foi encarado pelos participantes como um fator de distanciamento do emissor.

Torres analisa ainda, lateralmente, a influência da dramaturgia e do entretenimento no telejornalismo. Na cobertura sobre a Marcha para Jesus, por exemplo, ela observa uma estrutura narrativa que contém sequências de conflito, provação e clímax. Apesar de terem origem em diferentes regiões do país e denominações, fiéis são uniformizados na figura heroica, que enfrenta o calor e a multidão em nome da fé. Ao mesmo tempo, para a autora da dissertação, a fragmentação do noticiário dificulta a manutenção de fios narrativos.

Como nesta dissertação, o artigo de Coelho, Dantas e Ferreira (2009) já havia apontado para um tratamento positivo do catolicismo na Veja, e o pressuposto desta religião como a “verdadeira e válida” no noticiário foi algo bastante explorado por Cunha (2016).

De acordo com esta autora, a hegemonia do catolicismo no país – baseada na superioridade numérica de fiéis ao longo da história, predomínio na representação do cristianismo, destacadas posições políticas e privilégios na esfera pública – se reflete também na mídia, na qual os produtores de notícias perpetuam um imaginário em que “Deus é Católico Romano” (Ibidem, p.6).

Cunha destaca que o conceito de *religião dominante*, próprio das ciências da religião, tem encontrado espaço fértil também nos estudos sobre comunicação. Neste contexto, a autora observa que o catolicismo tem lutado para manter sua hegemonia diante do crescimento do pentecostalismo.

No conjunto de reportagens analisadas, da Folha de São Paulo e do Jornal Nacional, a maior incidência foi de assuntos referentes ao cristianismo (73%), seguido do islamismo (19%). No subgrupo do cristianismo, o predomínio foi católico (88% no Jornal Nacional e 73% na Folha), seguido dos evangélicos – estes no entanto com uma porcentagem bastante inferior (6,5% no JN e 22,3% na Folha): “É nítido que outros grupos cristãos foram fortemente desconsiderados no quadro geral das matérias” (Ibidem, p.10).

A autora fez ainda uma categorização das notícias entre abordagens positivas na representação da religião, definidas em suas palavras como “conteúdo simpático e valorizador, com destaque à harmonia e caráter agregador, educativo, gerador de confiança, de apelo à adesão”; e negativas, um “conteúdo antipático e desvalorizador, com destaque a conflitos e crises, gerador de desconfiança, de apelo à rejeição” (Ibidem, p. 11).

Os resultados mostraram que o catolicismo teve 100% de representações positivas, assim como religiões de matriz africana e o espiritismo – mas, nesses casos, a aparição é quase insignificante. O judaísmo também teve tratamento positivo na maior parte (66%), mas também pouca incidência.

O mesmo não acontece com outras religiões:

A representação do islamismo, a segunda em número de matérias e temas, é intensamente negativa, não apenas por conta da emergência de um grupo político insurgente, o Estado Islâmico, e suas práticas de terror e barbárie (maior número de matérias), mas pela tendência que permeia o século XXI, de demonização deste grupo religioso que seria uma “ameaça” ao planeta. Isso está nitidamente expresso no tratamento negativo dos conteúdos do noticiário no Brasil, que enfatiza opressão de grupos, atentados, conflitos, intolerância da parte de lideranças. Mesmo temas despolitizados, como um desfile de moda islâmica, tratado em duas matérias, refletem a negação do islamismo pelo noticiário brasileiro, com textos marcados por abordagens que tratam o assunto de forma folclórica, pitoresca (Ibidem, p.15).

Isto também ocorre com os evangélicos, retratados em um “amplo número de pautas negativas” - compondo 72,7% do material estudado, contra 27,3% de uma representação positiva (Idem):

Dos nove temas agrupados, apenas um teve representação positiva – o que trata de eventos religiosos, mais especificamente, de uma grande manifestação de rua realizada anualmente, a Marcha para Jesus. Todo o conteúdo das demais matérias apresenta os evangélicos, suas práticas religiosas e expressões culturais, de modo pejorativo, com textos marcados por ironia e termos que revelam desconfiança (Idem).

Outro aspecto apontado é baixa presença de vozes institucionais, algo que se manifesta de forma contrária no catolicismo.

O catolicismo enfatizado é o institucional, presente em 75% das matérias veiculadas sobre este grupo religioso. As autoridades religiosas católicas são as personagens que têm mais visibilidade no noticiário, sendo a mais destacada o Papa, figura central em quase 50% das matérias sobre o catolicismo e em 25% do total de notícias sobre religião, seguido de arcebispos, bispos, padres. O mesmo não ocorre com os outros grupos religiosos, como, por exemplo, os evangélicos. Nas 52 matérias da Folha e do JN referentes a este grupo, 85% dão voz a fiéis, celebridades deste grupo religioso, pesquisadores e autoridades públicas não religiosas. Apenas 15% das notícias destacam autoridades do segmento, ainda assim, algumas delas não são devidamente identificadas ou a instituição a que estão vinculadas não é registrada. (Ibidem, p.16)

Assim, a ênfase na institucionalidade do catolicismo confere solidez e seriedade a este grupo religioso, algo que, de acordo com a análise de Cunha, estaria carente nas outras expressões religiosas: “O jornalismo praticado silencia sobre fatos que envolvem outras expressões religiosas, ou trata-os de forma pejorativa, negando o quadro complexo da diversidade religiosa no Brasil [...]” (Ibidem, p.18).

A diversidade intra e inter-religiosa no Brasil e sua não apreensão pelos meios de comunicação é, aliás, algo destacado pelos três estudos. Mas, na verdade, conforme lembra Mafra (2001), a denominação de grupos religiosos é uma dificuldade que ultrapassa a mídia, já que os desacordos sobre o abrangente grupo dos “evangélicos” são muitos, “entre quem classifica, entre quem é nomeado e entre uns e outros, num campo saturado de mal-entendidos e desacordos” (Ibidem, N.P.).

Cunha afirma que os veículos analisados generalizam ao falar em “evangélicos” ou cristãos, sem especificar grupos abaixo deste guarda-chuva, como os luteranos – que não são por exemplo nomeados diretamente em uma matéria do Jornal Nacional sobre a celebração da Páscoa em uma cidade catarinense onde esta fé tem raízes históricas.

No artigo de 2009 sobre a Veja, os autores já haviam notado um esforço da revista em generalizar as denominações evangélicas como unidas por uma mesma raiz histórica, como demonstra um trecho da cobertura: “Em todas as variantes do protestantismo, é missão do fiel e de seu pastor espalhar a palavra do Senhor” (COELHO; DANTAS; FERREIRA, 2009, p. 9).

Por sua vez, Torres (2011) também destacou um esforço de homogeneização, sobretudo pelo Jornal da Record. Na cobertura da Marcha para Jesus, por exemplo, este telejornal desconsiderou as nuances dos evangélicos, apresentando-os como aqueles que em comum têm a fé e a capacidade de superar obstáculos. Na cobertura analisada como um todo, a autora da dissertação vê uma representação “supraeclesial” e “anticatólica” do evangélico, sem menção direta a qualquer denominação – nem mesmo a Igreja Universal, apesar de seus vínculos com a emissora.

Considerações finais

Como vimos, para analisar a cobertura da imprensa sobre os evangélicos, há parâmetros mais ou menos palpáveis a serem localizados no *corpus*. Assim, parece ser passível de mapeamento as vozes e fontes incluídas nas reportagens, que podem ser mencionadas de forma direta e indireta, além de representar desde um ponto de vista científico à representação institucional de uma religião. Também podem ser objetivamente identificados tipos de pauta, como aqueles mais focados nos costumes ou na política; e ainda palavras que compõem um campo semântico, como aquelas referentes a territórios – avanço, expansão, domínio...

Menos objetiva, mas igualmente fundamental para a análise da cobertura jornalística, é a identificação e a discussão sobre estereótipos, o que, no caso das reportagens sobre evangélicos já analisadas, parecem ter caráter mais negativo na forma como estes religiosos são retratados. Apresenta-se ainda como terreno amplo e fértil de estudo a discussão sobre a legitimidade dos saberes e a hegemonia discursiva – segundo as pesquisas aqui apresentadas, esta majoritariamente católica quando trata-se da cobertura sobre religiões.

Carece também de aprofundamento o debate sobre a homogeneidade e heterogeneidade das religiões – e como elas são nomeadas e retratadas. Como vimos, esta discussão ultrapassa a agência midiática e convoca reflexões mais complexas e interdisciplinares sobre o nada simples ato de dar nome às coisas.

Referências bibliográficas

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010: Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf. Acesso em: 22 jul. 2019

COELHO, L. R.; DANTAS, J. G.; FERREIRA, V. S. S. Fé e mídia: Breve análise do discurso da revista *Veja* sobre o crescimento evangélico no Brasil. In: **Intercom Nordeste – XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, 2009, Teresina

CUNHA, M. N. Religião no noticiário: marcas de um imaginário exclusivista no jornalismo brasileiro. **E-Compós**, Brasília, v. 19, n.1, jan/abr 2016.

FERREIRA, N. S. A. As pesquisas denominadas “estado da arte”. **Educação & sociedade**, v. 23, n. 79, agosto de 2002.

MAFRA, C. **Os evangélicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. E-book. Não paginado.

MARIANO, R.. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MARIZ, C. L. Perspectiva sociológicas sobre o pentecostalismo e o neopentecostalismo. **Revista de Cultura Teológica**, n. 13, 1995.

TORRES, H. B. **O telejornalismo na construção da identidade religiosa: representações evangélicas no Jornal Nacional e Jornal da Record e sua recepção por fiéis metodistas e batistas**. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora, 2011.