



## A “tele-visão” do mercado religioso: uma análise da estratégia televisiva da Igreja Universal do Reino de Deus<sup>1</sup>

Rodrigo Cabral da SILVA<sup>2</sup>

Raymundo Heraldo MAUÉS<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### RESUMO

A religião está presente em várias televisões em todo o mundo. Radiodifusão e religião ocupam lugares de significativa importância e eminência na cultura, em diversas sociedades. E, quando elas se unem de forma estratégica, podem resultar em uma ferramenta poderosa para a massificação de uma doutrina. Este artigo analisa as estratégias televisivas da Igreja Universal do Reino de Deus para garantir sua legitimidade enquanto mediadora do poder do Espírito Santo e, conseqüentemente, ampliar o seu número de seguidores, em Belém do Pará, no norte do Brasil.

**PALAVRAS-CHAVE:** Religião; tele-evangelização; poder simbólico; mercado religioso; neopentecostalismo.

---

Falar de Deus, falar por Deus e dizer que o escutamos configuram-se como lugares de fala que, em virtude de determinados objetivos e perspectivas, peculiarizam formas de enunciação, que podem ser usadas como instrumentos de persuasão. Na Idade Média, por exemplo, o domínio da informação e a indivisibilidade dessa experiência conferiram à ortodoxia católica características axiomáticas que permitiam à Igreja, então, reorganizar os discursos divinos, relendo “verdades” das Sagradas Escrituras, de modo a legitimar-se como detentora de um poder sócio-político-econômico.

Com o passar dos séculos, outras experiências e acontecimentos vieram mudar a trajetória do pensamento humano. O Renascimento, o surgimento da Imprensa, a Reforma Protestante (marcos do séc. XVI), e o Iluminismo (séc. XVIII e XIX),

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 01 a 03 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação (UFPA), especialista em Imagem e Sociedade (UFPA) e mestrando do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da UFPA. E-mail: [rodrigocabralpa@gmail.com](mailto:rodrigocabralpa@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Prof. Dr. do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da UFPA.



abalaram as concepções teocêntricas do mundo medieval, assim como afetaram o poder dos religiosos como representantes do controle das relações entre os homens.

Para compreender este processo, é importante a contextualização dos posicionamentos de fala que o campo religioso toma em tempos distintos - porém essa distinção não anula a influência de um em relação ao outro, e por isso a necessidade de contextualizá-los histórico-socialmente -, destacando-se onde mais se intensificam as construções discursivas: Idade Média; a posterior destituição do teocentrismo - por movimentos ideológico-culturais, como o Renascimento e o Iluminismo; a racionalização das ciências, desdobramento da racionalização do homem e da descredulidade nas explicações teológicas dos fenômenos naturais; e chegando às reinstalações do discurso religioso no mundo contemporâneo.

As mudanças nos processos de evangelização vieram ocorrendo na medida em que o pensamento humano também se transformou. Com a racionalização das ciências, poderíamos considerar que o campo religioso tenderia a se dissolver; no entanto, se expandiu, expandiu sua natureza, surgiram novas doutrinas.

No Brasil, mais precisamente na iniciativa neopentecostal<sup>4</sup>, tem ocorrido o alargamento das fronteiras no âmbito religioso, nas últimas décadas, resultado de um processo ligado ao entendimento de que as "novas religiões" evangélicas são, por si só, um parâmetro de reorganização discursiva. Em segundo lugar, (desconsiderando aqui uma ordem hierárquica destes argumentos), é visível que a união entre televisão e religião proposta pelas igrejas neopentecostais reforça o capital que elas têm de enunciação terrena de Deus e respalda a "posse" do aval divino para se anunciarem como porta-vozes da salvação que vem dos céus, contribuindo, assim, com os seus interesses institucionais de expansão.

Essa abrangência, vista pela sua dimensão simbólica, desvelou a singularidade e a complexidade da experiência religiosa, permitindo perceber a forma de construção de significados que têm como base uma mercadoria sagrada. Nesta perspectiva, pode-se constatar a utilização de alguns mecanismos, dentre os quais, aqueles considerados neste artigo como mundo transcendental – conteúdo do imaginário do fiel relacionado à sua utopia – cuja importância fundamental se dá pelo fato de que favorecem a experiência concreta da fé, susceptível a manipulações. Na clássica obra de Durkheim,

---

<sup>4</sup> O neopentecostalismo é resultado do processo de transformação constante das religiões pentecostais. Congrega denominações e práticas vindas do pentecostalismo clássico, mas acentua uma dinâmica sincrética com outras religiosidades e incorpora traços de uma teologia da prosperidade (Clara Mafra, 2002).



“As formas elementares da vida religiosa”, já na introdução, o autor aponta que a religião é algo eminentemente social.

As representações religiosas são representações coletivas que exprimem realidades coletivas; os ritos são maneiras de agir que surgem unicamente no seio dos grupos reunidos e que se destinam a suscitar, a manter, ou a refazer certos estados mentais desses grupos. Mas então, se as categorias são de origem religiosa devem participar da natureza comum a todos os fatos religiosos: também eles seriam coisas sociais, produtos do pensamento coletivo. No mínimo – pois no estado atual dos nossos conhecimentos nessas matérias, devemos guardar-nos de qualquer tese radical e exclusiva – é legítimo supor que elas sejam ricas em elementos sociais (DURKHEIM, 1989, p.38).

As rápidas mudanças ocorridas em todos os campos da vida moderna passaram a exigir respostas mais adequadas às demandas sociais, fato que a nova forma de relacionamento entre o fiel e sua religiosidade, proposta pelo neopentecostalismo, tem buscado atender não só pela sua forma atraente, mas também, pela sua imediatividade, principalmente no que se refere aos problemas enfrentados no dia a dia.

Analisar o anseio pela prosperidade abre um importante diálogo com Weber, em sua obra “A ética protestante e o espírito do capitalismo” (1920). O autor afirma que alguns tipos de protestantismo, que tem o Calvinismo como um dos principais exemplos, incentivavam uma conduta econômica racional com aspiração religiosa, que os dons humanos são dádivas divinas e que precisam ser desenvolvidos, dentre eles as artes e o comércio. Mesmo ciente de que os objetivos de Weber na obra citada estavam muito mais no sentido de professar sobre a essência do Capitalismo que sobre o fenômeno religioso, este artigo toma o texto como um ponto de vista importante para a comparação com o momento atual de expansão da Igreja Universal do Reino de Deus, no Brasil, em especial em Belém do Pará, só que em uma ótica invertida.

Enquanto no contexto abordado por Weber a experiência religiosa impulsionava o espírito capitalista, o contexto deste estudo deu uma volta. São, especialmente, os desdobramentos do Capitalismo, sua estrutural desigualdade, um dos fatores-chave para o fortalecimento da prática religiosa em questão. O sucesso comercial, financeiro e social também girou e não depende mais fundamentalmente da dedicação, disciplina e esforço humanos. À luz neopentecostal, essa prosperidade só é possível a partir da conversão, da aceitação da doutrina ou, conforme a organização do discurso da instituição religiosa, da “aceitação de Jesus”.



A estratégia que esta religiosidade mercantilizada utiliza é propor soluções para as dificuldades das pessoas que vivem, atualmente, numa sociedade global tão assimétrica, onde os problemas do cotidiano são intensos e precisam de soluções urgentes. Um ambiente perfeito para quem vive sob o império do imediato; uma concepção de tempo que caracteriza a contemporaneidade, na qual os desejos e as necessidades precisam ser satisfeitos em tempo.

Neste contexto, tem-se na resposta religiosa um critério valorativo, pois damos prioridade àquilo que acreditamos ser capaz de nos satisfazer imediatamente. Nesse sentido, a troca simbólica ocupa um lugar de destaque como meio de realização pessoal e social. A fé entra como um autêntico investimento no reino de Deus e a certeza de um retorno seguro, tornando-se um elemento unilateral e indispensável para o sucesso do empreendimento, concedendo à instituição que a professa o que Bourdieu (1989) chamou poder simbólico.

O poder simbólico como o poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer crer e fazer ver, de confirmar ou de transformar a visão de mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo: poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer ignorado como arbitrário (BOURDIEU, 1989, p.14).

É neste sentido que a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) tem encontrado na televisão uma poderosa ferramenta de difusão da doutrina e captação de fiéis. É claro que este não é um privilégio da IURD, outras religiões neopentecostais e o próprio catolicismo se utilizam de meios de comunicação de massa há anos, porém destaca-se a sofisticação de usos dessas ferramentas pela Igreja Universal, mais precisamente no aperfeiçoamento dos discursos movidos pela racionalidade estratégica, detectados a partir das programações televisivas que produz. E, também, pelo grau de “simbiose” entre os espaços físicos de ação do campo religioso e a mídia, chegando a um dos grandes exemplos dessa união, a criação de “templos eletrônicos”.

São templos eletrônicos com significativa alcançabilidade e reconhecimento, já que se tratam de programações estáveis na agenda televisiva. Essa expansão dos rituais religiosos dos templos convencionais para o da mídia tem em sua origem uma série de fatores. Podemos considerar a reorganização do espaço público na modernidade e a disputa de sentido que as religiões travam entre si, estimuladas ou pressionadas pela



necessidade de se enunciar e visibilizar, como dois dos mais fortes fatores, ligados diretamente à discussão de “economia religiosa”, abordado por Lemuel Guerra:

Para compreensão desses processos pelos quais a introdução da lógica da mercadoria na esfera da religião altera seu papel no sistema social, uma vez que se observa sua em produto para ser consumido como outras opções de estilo de vida – e, às vezes, até como outras atividades de lazer e entretenimento -, e para o entendimento a respeito da maneira pela qual se modifica o *modus operandi* das organizações religiosas, nessa nova situação na qual são obrigadas a competir entre si e com outras mercadorias simbólicas pela preferência dos indivíduos na sociedade, consideramos teoricamente produtiva a utilização de uma abordagem que utilize como termo de comparação os mecanismos de funcionamento dos mercados seculares (GUERRA, 202, p.137).

Diante da percepção de um, até certo ponto, “ceder para receber”, lança-se uma nova estratégia, que não mais primordialmente é a de ir atrás das ovelhas, nem simplesmente encurralá-las nos templos físicos. Também não de apenas levar as programações televisivas ao povo, mas levá-lo à tevê. Seguindo uma ordem de interação, claro que uma “interação” que já surge parametrada com certas definições prévias do discurso do outro, estabelece ao seu objetivo conversionista uma nova modalidade: o envolvimento, a emoção.

(...) Outrora, a palavra de ordem da instituição religiosa se apoiava na afirmação segundo a qual o povo não tinha voz. Nisso se fundava a justificativa para o funcionamento de uma ‘pragmática de representação’, a justificar a ação mediadora da instituição como único lugar a organizar o processo de enunciação. Nos tempos atuais, há um dito que se contrapõe ao anterior: “Fala, que eu te escuto!”. Nesta outra palavra de ordem se instaura, evidentemente, uma outra nova modalidade de pragmática de interação entre Instituição x Crente. Neste caso, institui-se um outro tipo de mediação: aquele que embora reconhecendo o poder de discursar do outro, define, contudo, os horizontes de endereçamento de sua fala, na medida em que a enquadra a uma determinada modalidade de “política de interação” (NETO, 2001, p.64).

### **O Ponto de Luz e o eclipse das luzes**

A política de interação vai se construindo nos cultos-programas através de sua própria estrutura. Para podermos identificar as estratégias relatadas e outras que se dão no desdobrar destas, direcionaremos o olhar ao programa “Ponto de Luz”, a versão eletrônica da Igreja Universal do Reino de Deus no Pará. O programa tem uma hora e meia de exibição, sem intervalos comerciais, de segunda a sexta-feira, em escala



regional, a partir das 1h10 da madrugada. Seu público-alvo abrange pessoas enfrentando problemas de diversas espécies, isto é, a diversidade de público que a televisão atinge.

Católicos, evangélicos, umbandistas, adeptos do espiritismo, todos são, independente de sua crença, “irmãos em Cristo” que procuram a ajuda dos céus. Todas as iluminações religiosas são aglutinadas pelo ecumenismo sugerido ou percebido como instrumento de diversificação do público e são eclipsadas, não pela sobreposição de uma às outras, porém o que dá opacidade a essas luzes é o discurso sutil de obscurecer as outras doutrinas. Podemos destacar a classificação das pessoas que buscam curar-se espiritualmente através do encontro com a Igreja Universal como um forte vestígio enunciativo desse conversionismo, como percebemos na anunciação que o apresentador do programa “Ponto de Luz” faz das pessoas que telefonaram à produção para incluir seu nome e objetivo na oração final do culto-programa:

Todas as pessoas que ligaram para o nosso programa e deixaram seus nomes no livro de orações, e você, meu irmão, telespectador que não ligou, mas que sente a necessidade de encontrar a cura e a libertação, segure seu copo com água em frente ao seu televisor, que nós vamos orar e determinar a sua cura. Depois da nossa oração, você terá em sua casa a água consagrada, e você deverá usá-la com os mesmos propósitos do Pai, que é curar o seu sofrimento. Você terá um remédio para todas as enfermidades. Se o problema está com você, beba um pouco da água. Se não, mentalize a pessoa que está querendo salvar e peça a Deus que opere em sua vida.

(...) Senhor nosso Deus, amado e querido pai. Deus poderoso, grandioso e maravilhoso. Está escrito que todo aquele que pede, recebe. Aquele que tem fé, que crê, vai pedir, vai receber. Pai, toca nessa ferida, nesse câncer, arranca este mal, tira ele das drogas, arranca essa dor. Faz essa pessoa se levantar, ter a cura, a libertação. Abençoi esse copo com água que nós apresentamos a ti. Que nesta água esteja, agora, a tua benção, que neste instante o Senhor, transforme essa água em um medicamento, no melhor de todos os remédios, que possa libertar essa pessoa.

Senhor, cura e liberta:

Maria do Carmo Alcântara, **católica**, de Icoaraci;

Celso da Silva, **evangélico**, do bairro da Pedreira;

Dona Raimunda dos Santos, **evangélica**, do Jurunas;

Alberto Teixeira, **espírita**, do Benguí;

Carlos Magno, **católico**, do bairro do Marco;

(...) Que elas, ao beberem, sejam imediatamente abençoadas, em nome do senhor Jesus, amém.

Você que está com problemas com drogas, sua família está desunida, seu marido ou esposa está distante na relação, você que está desempregado, com enfermidades físicas e espirituais, que sente que sua vida está sendo maltratada por algum encosto, saiba que só Deus tudo pode, meu querido irmão, e só encontrando Jesus é que você encontrará a paz de espírito, e a sua vida mudará completamente, deixe Jesus tocar seu coração. A Igreja Universal do Reino de



Deus está sempre de portas abertas para você de qualquer religião, de qualquer crença, assim como Jesus está sempre de braços abertos, independente da raça, sexo, classe social de quem o procura. Nosso programa de hoje termina aqui, mas nossa oração continua todos os dias na nossa Matriz Catedral, hoje vamos realizar a ‘Sessão do Descarrego’ e você vai ver o Pai das Luzes vencer o desafio de 2000 encostos. Nosso Senhor Jesus está sempre pronto para ajudar você, basta só você querer encontrá-lo. Que Deus abençoe a todos e até mais tarde na reunião às 19h, no desafio contra os 2000 encostos.<sup>5</sup>

A escolha da oração acima, com os ritos iniciais e finais dela, se justifica pelo fato de que, nessa pequena parte do programa, é possível identificar os índices enunciativos para esta análise e dos outros tópicos a seguir. Voltando à questão do ecumenismo, consideramos que é muito clara a pretensão de busca de um ecletismo de público, onde ser católico, evangélico, umbandista, é usado como uma classificação não classificatória, feita para autenticar a enunciação de que “A IURD está sempre de portas abertas para você de qualquer religião, de qualquer crença, assim como Jesus está sempre de braços abertos, independente da raça, sexo, classe social de quem o procura”, e este mesmo motivo desconstrói essa classificação com o fundamento da unidade dos homens perante Deus.

Desemprego, drogas, doenças, adultério, insônia, visão de vultos, audição de vozes, dimensões individuais e/ou coletivas de imediatização/midiatização de soluções, conferem ao templo Igreja/mídia o que Fausto Neto chama de “saber de terapeutização do sujeito”, o poder de “cura” inexplicável e imediata, a cura pela fé. Então, essa instituição religiosa se instala no imaginário dos fiéis e potenciais fiéis como elo entre o céu e terra por onde se realiza a “divindade medicinal”.

Esta definição da, podemos dizer, missão do “tele-evangelizar” em estudo é o que consagra e sacraliza a existência e a palavra da Igreja Universal do Reino de Deus. A construção dos sentidos que podemos perceber na construção discursiva do programa “Ponto de Luz” vem assegurar a legitimidade da IURD como campo solucionador de problemas espirituais.

O programa é apresentado/ministrado por pastores que se alternam e, também, ministram cultos na Matriz Catedral da IURD, em Belém. Tanto na TV quanto no templo físico, estes enunciadores apresentam-se como clínicos gerais, responsáveis por “diagnosticar” e “receitar” que tipo de terapia o “paciente” deve receber. Um dado importante para a compreensão da simbiose igreja/mídia se encontra na “pauta de cada dia” do “Ponto de Luz”: a “celebração” do programa é tematizada de acordo com as

---

<sup>5</sup> Oração final do programa exibido no dia 09 de abril de 2013.



atividades de dimensão física do templo, do mesmo dia ou do dia seguinte ao que o programa vai ao ar, o que encontramos no trecho que iniciou a oração citada anteriormente:

(...) Nosso programa de hoje termina aqui, mas nossa oração continua todos os dias na nossa Matriz catedral. hoje vamos realizar a ‘Sessão do descarrego’ e você vai ver o Pai das Luzes vencer o desafio de 2000 encostos. Nosso Senhor Jesus está sempre pronto para ajudar você, basta só você querer encontrá-lo. Que Deus abençoe a todos e até mais tarde na reunião às 19h, no desafio contra os 2000 encostos.

A tematização do programa tende preferencialmente a publicizar e atrair as atividades de maior representação da simbologia desse campo: a “Sessão do Descarrego”, a “Oração pela Família”, a “Terapia do Amor”, e a “Oração pelo Empresário”.

A lógica estratégica do programa ocorre através da narrativa testemunhal, que se institui em três esferas enunciativas, porém com elementos discursivos diferentes a cada lugar de fala. O enunciador principal, os co-enunciadores e os que escutam assumem seu papel “interativo” no discursar da salvação.

Antes de classificarmos os lugares de enunciação dos sujeitos que constroem ou que fazem parte da enunciação discursiva da “telerreligiosidade”, trataremos de dois pontos importantes para compreender o modo de apropriação de dispositivos midiáticos para fins dessa evangelização eletrônica. Um deles é a utilização de testemunhos obtidos por meio de entrevistas.

As entrevistas são realizadas dentro de um formato simples e repetitivo. São, invariavelmente, quatro os seus momentos:

1º momento	Começa pela narrativa das desgraças da vida, da família da pessoa, motivada por uma pergunta típica: “Como era a sua vida?”.
2º momento	O entrevistador incita o entrevistado a tornar a narrativa a mais negativa possível, fazendo perguntas de prévias respostas para reforço, como: “quer dizer que sua vida era um verdadeiro inferno?” ou: “você sentia que o ‘pai dos encostos’ vivia junto à sua família?” ou ainda, do modo mais explícito: “tudo o que você fazia dava errado? Vocês não conseguiam ganhar dinheiro?”.





3º momento	Modifica-se o tom da entrevista, pois o relato se inverte, a partir do momento em que o entrevistador convida o entrevistado a falar sobre sua entrada para a Igreja Universal, que é, invariavelmente, enunciado como divisor de águas na vida da pessoa.
4º momento	O encerramento da entrevista se dá com o entrevistador e seu entrevistado se dirigindo ao telespectador, a fim de chamá-lo para a Igreja. Esse momento costuma começar com uma solicitação do tipo “diga algo para aquele telespectador que está vivendo hoje um problema semelhante ao que você viveu”, e normalmente termina com um comentário nesse sentido.

Durante todo o tempo da entrevista, são exibidos caracteres com nomes e endereços da Igreja Universal do Pará. As variações de conteúdo ocorrem somente por conta do relato do entrevistado, que, naquele momento e dentro das condições de enquadramento formal da situação de entrevista, expõem fragmentos da própria vida, colorindo-os com as cores sempre berrantes que esse enquadramento exige, seja para desqualificar totalmente a narrativa do passado (muitas vezes pontuada pelo combate ao espiritismo, à umbanda ou ao candomblé), seja para constituir uma imagem poética do presente. O cotidiano narrado torna-se, dessa forma, subserviente ao interesse da instituição que a possibilita ser contado.

Essa sequência se repete com impressionante exatidão, mesmo nos VTs (*videotapes*) editados sem a configuração de perguntas e respostas ou na ausência visível de um entrevistador. Os VTs são normalmente longos (de sete a onze minutos cada). No rodapé, em caracteres, os VTs de testemunhos sempre contam com um rodízio dos endereços da Igreja Universal do Pará.

É possível enxergar no olhar do entrevistado uma função direta de persuasão, uma característica marcante é o posicionamento de seus olhos em direção aos do espectador, índice de objetivos de conversão, já que sua atenção como é comum nessas entrevistas, não são direcionadas ao entrevistador, marcando a preocupação com a diferença entre gritar a um público grande e, por isso, com uma certa distância, e falar a um público de semelhantes proporções “olhando-o nos olhos”.

Outra questão a se analisar é o uso da simulação para aproximar ainda mais o “tele-evangelizando” da mensagem, dispositivos do meio eletrônico audiovisual que, por si só, constituem a mensagem. Conforme o tema do programa, é preparada a



simulação de um caso condizente, que, por sua vez, é semelhante ao vivido pelas pessoas que são selecionadas para participar do programa. A simulação, na verdade, é a teatralização da lógica testemunhal, seguindo o mesmo roteiro dos depoimentos, só que com uma narrativa imagética. O que leva os “tele-evangelizados” a visualizar a sua proximidade com o conteúdo da simulação. E mais uma vez, se passa o nivelamento dos problemas em função de um outro nivelamento, o das soluções, que é igual e disponível a todos nos templos da IURD.

(...) Você viu como os encostos agem na vida das pessoas, se você tem esses sintomas, está com uma dor de cabeça forte que não para mais e que nenhum médico conseguiu curar, você está precisando da ajuda de Deus, você precisa sentir o amor do ‘Pai das Luzes’, na próxima terça-feira. Eu e os missionários da IURD estaremos esperando por você na Matriz Catedral da IURD. E você receberá das mãos de Deus o pão feito com a farinha que veio diretamente da Terra Santa de Israel (...)<sup>6</sup>

Após a identificação que o tele-evangelizando faz do seu problema com o simulado, a sugestão do próximo passo que o desenvolvimento discursivo sugere é identificar também a solução à sua única possibilidade de cura e salvação; o terceiro passo é o que está impresso em todas as modalidades de persuasão desse empreendedor: a marca da Igreja Universal na competência de solucionar.

### **Considerações finais**

Após uma breve análise dos ambientes socioespirituais em que as novas religiões se instauram e o lugar que ocupam como instituições significativas de uma oferta de várias procuras, sejam elas individuais ou coletivas, evidencia-se a necessidade de responder como essas instituições constroem os sentidos que as legitimam como mediadora da cura<sup>7</sup> que vem de Deus. De que forma conseguem ultrapassar o histórico de relacionamento dos indivíduos com suas “religiões maternas”, considerando que os novos adeptos das religiões neopentecostais formam um corpo coletivo que tem em sua base a heterogeneidade espiritual.

É muito comum ouvirmos de indivíduos em transição religiosa a resposta de que essa mudança ou a vontade de mudar se deve à busca por respostas a questionamentos sobre a vida e a morte e às mais variadas conexões que esses dois estados podem ter.

---

<sup>6</sup> Enunciado do pastor/apresentador no programa dia 14 de maio de 2013.

<sup>7</sup> Entendamos cura não simplesmente como a de enfermidades físicas, mas ressaltamos aqui que estas são passadas nas instituições em estudo reflexos de outras, que são inerentes ao espírito, área de ação das religiões neopentecostais.



Juntamente a essas questões existenciais também tornou-se latente a busca por soluções a problemas da vida moderna. E é nesse tempo de imediatismo que as relações de troca permeiam ainda mais fortemente os fenômenos de conversão.

À primeira vista, esse motivo pode até parecer satisfatório para o entendimento da reorganização dos indivíduos e suas religiões. Porém, o encontro das soluções e respostas que baseiam o processo de conversão traz consigo uma série de outras perguntas, principalmente quando olhamos o contexto social desse fenômeno.

Na obra “Observando o islã” (1967), Clifford Geertz, ao apresentar um esquema geral para a análise comparativa da religião aplicada ao estudo do desenvolvimento do islã nas civilizações indonésia e marroquina, o autor destaca a organização religiosa enquanto fruto da organização social e afirma que quaisquer que sejam as fontes de fé dos homens, são sempre sustentadas entre eles por formas simbólicas e arranjos sociais.

Como Geertz mesmo escreve, não há nisso mistério ou nada doutrinário. Significa que devemos distinguir entre a atitude religiosa em relação à experiência e os tipos de aparato social que, no tempo e no espaço, têm sido habitualmente identificados como apoio a essa atitude. Para o autor, a religião é uma instituição social, a adoração é uma atividade social, e a fé é uma força social. “Traçar o padrão de suas mudanças não é colecionar relíquias da revelação, nem montar uma crônica do erro. É descrever uma história social da imaginação”.

Entender a religião como imagem da sociedade não é uma descoberta recente. Durkheim (1912) expressou essa reflexão em uma das suas mais importantes obras, “As formas elementares da vida religiosa”. Ao observar as instituições religiosas mais simples e primitivas, buscou mostrar a viabilidade de se apreender a essência de um fenômeno social observando suas formas elementares. De lá do início do século XX, permanece atual o entendimento de que a religião é um ideal elaborado pelo homem, mais uma vez, com certas conexões com a realidade, com as construções coletivas da sociedade, suas representações. Nesse salto pelo tempo, essa idealização-real pode ser percebida como um fio condutor dos fenômenos de transformação da vida religiosa.

Em um tempo de disputa por espaço no mercado religioso, cada vez mais, propagar a fé por dispositivos eletrônicos têm sido uma iniciativa de sucesso e alta lucratividade para a economia religiosa, que dependem de fatores específicos, conforme destacou Lemuel Guerra (2002):



De acordo com essa abordagem, economias religiosas são como economias comerciais no que se refere ao fato de que elas se constituem de um mercado composto de um conjunto de consumidores atuais e em potencial e um conjunto de firmas que têm como objetivo servi-los. O desempenho dessas firmas dependerá (1) dos aspectos de sua estrutura organizacional; (2) da capacidade de seus vendedores para vender o produto delas; (3) do próprio produto e (4) de suas técnicas de marketing (GUERRA, 2002, p.138).

O programa “Ponto de Luz”, objeto central deste artigo, buscar reunir todas essas características. Suas relações de troca simbólica configuraram as duas dimensões religiosas, o templo físico e o midiático, como um só templo, porém, com um raio duplo de ação que proporciona uma cíclica anunciabilidade de ambos, onde o anúncio de cada dimensão sígnica está voltado também para o crescimento da outra.

Como exemplos à rotatividade de efeitos discursivos dessas duas dimensões, podemos apontar o fato dos rituais cerimonialísticos se interrelacionarem, dos fluídos de cura e salvação serem transmitidos pelas ondas radiodifusoras na oração final dos programas, onde, através da televisão, se sacraliza a água. Para o outro lado, podemos indicar como exemplo o modo natural em que as câmeras de vídeo se inserem nos cenários físicos da Igreja, sendo um personagem a mais no espetáculo religioso, não apenas o mediador do espetáculo, mas constituinte.



## Referências

- DURKHEIM, Emile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1989.
- BORDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa, Difel, 1989.
- MAFRA, Clara. **Na posse da palavra. Religião, conversão e liberdade pessoal em dois contextos nacionais**. Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. 2002.
- WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2003.
- GUERRA, Lemuel. **A metáfora do mercado e a abordagem sociológica da religião**. In: *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 22 (2): 135-166, 2002.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1997.
- \_\_\_\_\_. **As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada**. *Revista USP*. São Paulo, n 67, p. 100-115, 2005.
- BINGEMER, Maria Clara Lucchetti. **O impacto da modernidade sobre a religião**. São Paulo: Editora Loyola, 1992.
- JESUS, Luciana Maria de. **A televisão como ferramenta da Igreja Universal do Reino de Deus**. Dissertação de mestrado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. São Paulo, 1999.
- MAUÉS, R. Heraldo. **Catolicismo e xamanismo. Bailando com o Senhor: técnicas corporais de culto e louvor (o êxtase e o transe como técnicas corporais)**. *Revista de Antropologia*, São Paulo, USP, 2003. 46 (1): 9-40.
- REQUENA, Jesus Gonzalez. **El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad**. Madrid, Cátedra, 1998.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- \_\_\_\_\_. **Observando o Islã: o desenvolvimento religioso no Marrocos e na Indonésia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- ELIADE, Mircea. **O Xamanismo e as técnicas arcaicas do êxtase**. São Paulo: Martins fontes, 1998.
- MONTERO, Paula. **Magia, racionalidade e sujeitos políticos**. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. N.26, 1994.
- FAUTO NETO, Antonio. **Desmontagens de sentidos: leitura de discursos midiáticos**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001.